

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**

**FAKULTA EKONOMICKÁ**

Bakalářská práce

**Fundraisingový plán vybrané neziskové organizace**

**Fundraising plan of selected non-profit  
organization**

Lucie Rendlová

Plzeň 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

*„Fundraisingový plán vybrané neziskové organizace“*

vypracoval/a samostatně pod odborným dohledem vedoucí/vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 20.04.2022

v. r. Lucie Rendlová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala Ing. Ditě Hommerové, Ph.D., MBA, za příkladné vedení bakalářské práce, četné připomínky, konzultace, ochotu a trpělivost. Dále bych ráda poděkovala BcA. Janu Štěpánovi za odborné rady, poskytnutí podkladů a pomoc při zpracování této práce. Na závěr bych chtěla poděkovat především své rodině a kamarádce, kteří mě během studia a při závěrečném psaní práce podporovali.

Lucie Rendlová

# Obsah

Úvod .....	7
<b>1 Teoretická část .....</b>	<b>8</b>
1.1 Vymezení pojmu „fundraising“ .....	8
1.1.1 Ziskový (tržní) sektor.....	9
1.1.2 Neziskový (netržní) sektor.....	9
1.2 Osoba fundraisera.....	10
1.3 Zásady fundraisingu .....	12
1.4 Neziskové organizace.....	13
1.4.1 Státní (vládní) neziskové organizace .....	16
1.4.2 Nestátní (nevládní) neziskové organizace .....	16
1.5 Ústav .....	17
1.6 Finanční řízení neziskových organizací .....	18
1.7 Finanční plánování .....	19
1.7.1 Fundraising jako plánovaný proces .....	20
1.7.2 Strategické plánování fundraisingu .....	21
1.8 Fundraising a zdroje financování neziskových organizací .....	22
1.9 Partnerství a donátorství.....	26
1.9.1 Partnerství .....	26
1.9.2 Donátorství.....	27
<b>2 Praktická část.....</b>	<b>28</b>
2.1 DEPO2015 .....	28
2.1.1 Činnosti.....	28
2.1.2 Kreativní zóna DEPO2015 .....	29
2.1.3 Prostory.....	29

2.1.4	Programová nabídka .....	30
2.1.5	Segmenty .....	31
2.1.6	Vize a mise.....	32
2.1.7	Lidské zdroje.....	32
2.2	Finanční zdroje DEPO2015 .....	34
2.2.1	Přehled finančních zdrojů .....	34
2.2.2	Dotace – veřejná správa .....	34
2.2.3	Investiční dotace .....	39
2.2.4	Dary .....	41
2.2.5	Firemní fundraising.....	42
2.2.6	Příjmy z vlastní činnosti – samofinancování .....	44
2.2.7	Analýza nákladů .....	45
2.3	Fundraising v DEPO2015 .....	47
2.3.1	Partnerství .....	47
2.3.2	Donátorství.....	48
2.4	Nynější fundraisingové zdroje a metody DEPO2015 .....	49
2.4.1	Fundraisingové zdroje.....	49
2.4.2	Fundraisingové metody.....	50
2.5	Návrh fundraisingového plánu DEPO2015 .....	50
2.5.1	Celkový návrh fundraisingového plánu .....	50
2.5.2	Projekty .....	55
2.5.3	Další navrhovaná doporučení .....	58
2.5.4	Analýza nákladů .....	59
2.5.5	Vyhodnocení fundraisingového plánu .....	60
	<b>Závěr .....</b>	<b>61</b>
	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>63</b>

**Seznam tabulek ..... 67**

**Seznam grafů..... 68**

**Seznam použitých zkratek ..... 69**

**Abstrakt**

**Abstract**

# Úvod

Neziskové organizace jsou důležitou součástí moderní společnosti. Jejich nezastupitelnost spočívá ve vykonávání činností, které státní sektor nebo podnikatelské subjekty nemohou nebo nejsou schopny zajistit.

S činnostmi těchto neziskových organizací se úzce pojí tzv. fundraising. Jedná se o aktivitu zaměřenou na získávání zdrojů. Tyto zdroje jsou využity pro vlastní fungování neziskové organizace. Výsledný zisk, které ze své činnosti takto organizace získá, není ale určen k přerozdělení mezi vlastníky neziskové organizace, jak je tomu u ziskových organizací, ale je použit na plnění jejích cílů a pro její další rozvoj.

Vlastní zisk z činnosti neziskové organizace by však na její činnost a rozvoj nestačil, a proto je třeba získávat prostředky i jinou cestou, kterou je právě fundraising. Z tohoto důvodu je význam fundraisingu pro neziskovou organizaci nezastupitelný, na jeho úspěšném provádění závisí výsledná úspěšnost a další rozvoj každé neziskové organizace.

Cílem bakalářské práce je zpracování fundraisingové plánu pro vybranou neziskovou organizaci DEPO2015 na následující období, tj. na rok 2022.

Práce se skládá z úvodu, teoretické části, praktické části a závěru. Teoretická část je zaměřena na pojmy, které se váží k fundraisingu, je v ní vymezen neziskový a ziskový sektor a popsány druhy neziskových organizací. Je definován zapsaný ústav, způsob, jakým probíhá finanční řízení neziskových organizací a zároveň jejich plánování. Jsou zde popsány i všechny fundraisingové zdroje a metody, které existují.

Praktická část je zaměřena na specifickou neziskovou organizaci, konkrétně na zapsaný ústav DEPO2015. Dělí se dále do 5 částí, kdy v první části jsou popsány základní informace o DEPO2015 (činnosti, prostory, segmenty, vize a mise, lidské zdroje), zatímco druhá část se zaměřuje na finanční zdroje, se kterými během 3 období (2018–2020) disponovalo. Ve třetí části je popsáno, jak v DEPO2015 fundraising konkrétně probíhá, a ve čtvrté části jsou popsány fundraisingové zdroje a metody, které zapsaný ústav nyní využívá. Poslední pátá část je zaměřena na vytvoření konkrétního fundraisingového plánu této vybrané neziskové organizace.

# 1 Teoretická část

Teoretická část je zaměřena na vysvětlení pojmu fundraisingu, jak ho definovat a co je jeho součástí. Kdo je jeho subjektem a jaké jsou jeho hlavní zásady. Tato část dále definuje neziskové organizace, jaké existují, jaké právní předpisy je upravují. Blíže popisuje jednu neziskovou organizaci. Přibližuje, jak řízení neziskových organizací funguje, co je důležité pro to, aby takové neziskové organizace byly úspěšné. Definuje finanční plánování a jak je vytvářeno. V poslední řadě popisuje, jaké máme zdroje financování, díky kterým jsou organizace životaschopné.

## 1.1 Vymezení pojmu „fundraising“

Fundraising je možné přeložit z anglického podstatného slova „fund“ a slovesa „raise“. „Fund“ do českého jazyka je přeložen jako zásoba, fond, kapitál, zdroj, rezerva, jistina a „raise“ v českém jazyce znamená získat, pozvednout, sehnat opatřit nebo budovat. (Šobánková, 2010)

Definice fundraisingu je označována za systematickou činnost, jejímž cílem je získání finančních i nefinančních zdrojů pro neziskové organizace. Tyto zdroje potřebují pro uskutečňování jednotlivých projektů, které jsou založeny za účelem konkrétních poslání. Získané zdroje musí mít potřebnou strukturu a výši, mohou být finanční či nefinanční. (Boukal et al., 2013)

Šobánková (2010) uvádí, že význam slova fundraising je vnímán jako proces, díky němuž získáváme dárce, kteří finančně či materiálně podporují činnost dané neziskové organizace. Podstatou není jen získávání potřebných příspěvků, ale důležité je, aby nezisková organizace byla životaschopná, stabilní a trvale udržitelná. (Šobánková, 2010)

Naproti tomu Bačuvčík (2011) uvádí, že se nejedná výhradně o získávání peněz, ale nezisková organizace či projekt může od svého okolí dostat i mnohem více. S výjimkou finančních a hmotných darů, se jedná i o lidskou práci a čas, jméno, značku, popřípadě o prostory a zázemí. (Bačuvčík, 2011)

Fundraising působí společně s marketingem, lobbingem a PR. Hlavním úkolem je podílení se na kvalitě interních a externích vztahů a zároveň ovlivňovat image dané organizace, značku či jejich dobré jméno. (Šedivý & Medlíková, 2012)



Podle Pelikánové (2016) se fundraising může realizovat v různých formách:

- **individuální fundraising;**
- **firemní fundraising;**
- **fundraising od státních donátorů;**
- **nadace, nadační fondy;**
- **Evropská unie.** (Pelikánová, 2016)

Celkově je fundraising spojován s neziskovým sektorem. Jeho nositelem je nezisková organizace. Existuje mnoho druhů neziskových organizací a každá se liší svou právní formou, díky níž má každá organizace jiný charakter a východiska. Každá nezisková organizace je začleněna do sektorového hospodářství. Sektorové hospodářství se dělí na ziskový (tržní) a neziskový (netržní) sektor, který se dále dělí do třech skupin. (Boukal et al., 2013)

### **1.1.1 Ziskový (tržní) sektor**

Boukal (2009) uvedl, že ziskový sektor se skládá ze subjektů, které jsou založeny za účelem dosažení zisku pomocí statků prodávaných za tržní cenu. Nositelem subjektu je podnik. Spoléhají pouze na svoje zdroje, nikoliv na jiné subjekty. Čerpají převážně z vlastních zdrojů (kapitál), popřípadě mohou i z cizích zdrojů (půjčky). (Boukal, 2009)

### **1.1.2 Neziskový (netržní) sektor**

Neziskový neboli netržní sektor se skládá ze subjektů, jejichž cílem je dosáhnout přímého užitku a má charakter veřejné služby. Sektor je nositelem fundraisingových aktivit a financuje se z vlastních zdrojů. Zdroje jsou buď od veřejných subjektů, které získají na principu přerozdělovacích procesů anebo od soukromých subjektů, což jsou povětšinou zřizovatelé. Stejně jako u ziskového sektoru mohou čerpat z cizích zdrojů (půjčky). (Boukal et al., 2013)

Neziskový sektor se podle Rekořníka (2010) člení na:

- **neziskový veřejný sektor;**
- **neziskový soukromý sektor;**
- **sektor domácností.** (Rekořník, 2010)

## **Neziskový veřejný sektor**

Tento sektor se řadí mezi první sektor a patří mezi subjekty, jejichž cílem je dosáhnout přímý užitek. Veřejné subjekty jsou zakladateli, jako například město, obce, státní orgány, které jsou zainteresované do přímého užitku, a tudíž do subjektů vkládají prostředky bez očekávaného zisku. Příkladem neziskového subjektu, nebo také veřejného subjektu, je příspěvková organizace. Příspěvková organizace nedostává jen příspěvky od zřizovatele, ale musí si sama získávat jiné finanční prostředky, které jsou jí nabízeny. Jako příspěvkovou organizaci můžeme označit Národní galerii, Národní muzeum v Praze nebo Divadlo na Vinohradech. (Boukal, 2009)

## **Neziskový soukromý sektor**

Podle Rektořika (2010) je neziskový soukromý sektor označován za druhý sektor, jehož cílem je dosáhnout přímý užitek, jako je to i v neziskovém veřejném sektoru. Soukromé subjekty jsou zakladateli (právnícké nebo fyzické osoby), jejichž primárním cílem není dosažení zisku. Důvodem je, že jsou zainteresované na přímém užitku. (Rektořík, 2010)

## **Sektor domácností**

Poslední sektor neziskového (netržního) sektoru, tedy sektor domácností (třetí sektor), hraje významnou roli v národním hospodářství. Začleňuje se do koloběhu finančních toků a zároveň vstupuje na trh kapitálu. Je podstatný pro formování občanské společnosti, kdy její kvalita udává zpětnou vazbu pro kvalitu neziskových organizací. (Rektořík, 2010)

## **1.2 Osoba fundraisera**

Subjekt, který se fundraisingem profesionálně zabývá, se nazývá fundraiser. Činnost fundraisera může být vykonána interně či externě. (Boukal et al., 2013)

Pokud se jedná o interního fundraisera ve velkých neziskových organizacích, je to jeho hlavní činnost a jeho hlavním úkolem je získávat potřebné zdroje financování. V malých neziskových organizacích často tato funkce chybí nebo jí má vedoucí NO, čímž je ředitel nebo jí má projektový manažer. (Boukal, 2009)

Naopak externí fundraiser je právnická či fyzická osoba, která je smluvně zavázaná k získávání potřebných financí a výkonu pro danou neziskovou organizaci. Na danou pozici jsou najímání specialisté či laici. (Boukal, 2009)

Šobáňová (2010) uvedla, že od českého fundraisera se očekávají přehnané nároky. Počítá se s tím, že bude stratégem a manažerem, a navíc pečlivým úředníkem. Oproti tomu v zahraničí fundraisingové procesy organizuje fundraiser v první řadě jako manažer, což je jeho hlavní činnost. (Šobáňová, 2010)

Fundraiser má plno úkolů, které se podle Šobáňové (2010) dělí na:

- **plánování** – vytváří rozpočtový a fundraisingový plán, komunikuje s dárci a vytváří a spravuje databázi s kontakty dárců a jiných osob;
- **administrativa** – zpracovává průběžné a závěrečné zprávy, vede kontrolu nad realizací projektů a nově vzniklých projektů;
- **komunikace** – reprezentuje neziskovou organizaci, komunikuje se stávajícími a potencionálními dárci, rozšiřuje nabídky, informace a prezentace;
- **strategie** – zhodnocuje vlastní činnost i fundraisingový/rozpočtový plán, podklady pro správní radu a podílí se na vedení organizace a jejich strategickém plánování. (Šobáňová, 2010)

Pro úplné fungování interního či externího fundraisera je důležité, aby měl následující dovednosti a vlastnosti.

Šobáňová (2010) uvádí, že nejdůležitější je **být zapálený pro věc**. Podstatné je, aby fundraiser doopravdy věřil v to, co organizace dělá a mohl tak přesvědčovat i ostatní. Jak uvedli autoři Ledvinová a Pešta (2008), přesvědčit druhé může jen ten, kdo je sám přesvědčený. (Ledvinová & Pešta, 2008, Šobáňová, 2010)

Je důležité, aby se fundraiser nebál říct, co od donátora vyžaduje, působil **sebevědomě**, a nenechal se odradit odmítnutím. (Machálek & Nerstová, 2011)

Autoři Ledvinová a Pešta (2008) upozorňují, že fundraiser nesmí lhát. Vždy je lepší **říkat pravdu**, protože co je ve fundraisingu horší, než podvedený dárc? (Ledvinová & Pešta, 2008)

Důležitým bodem pro fundraisera je schopnost **navazovat nové kontakty** a podstatné je i získané kontakty udržovat. (Šobáňová, 2010) Jak uvedl Kotler et al. (2007), náklady

na přilákání nového zákazníka jsou vyšší než náklady na jeho udržení. (Kotler, Wong, Saunders, & Armstrong, 2007)

Dalšími dovednostmi, vhodnými pro fungování fundraisera, je umění komunikovat, vyjednávat, argumentovat, ovlivňovat, reprezentovat, myslet analyticky i kreativně, být proaktivní, být schopný plánovat, ovládat informační technologie a nástroje. (Šobáňová, 2010)

### 1.3 Zásady fundraisingu

Každý fundraising musí splňovat určité zásady, aby byl úspěšný. Boukal et al. (2013) definoval tyto zásady takto:

- zásada komplexnosti;
- zásada začlenění;
- zásada aktivity;
- zásada strategičnosti;
- zásada vzdělávání okolí;
- zásada pravdivosti;
- zásada poděkování;
- zásada optimismu;
- zásada výsledku. (Boukal et al., 2013)

**Zásada komplexnosti** je zaměřena na budování vztahů mezi dávajícím a obdarovaným. Donátory přitahuje, když vidí ze strany obdarovaných zájem o zajištění podpory pro svou neziskovou organizaci. S hledáním materiální podpory jde ruku v ruce i rozšiřování okruhů spolupracovníků, přátel a příznivců. (Hruška, 2014)

Podstatou **zásady začlenění** je znalost účelu fundraisingu, proč vlastně fundraising probíhá a do jakého kontextu je začleněn. Důraz není kladen pouze na to, aby nezisková organizace přežila další rok, ale na účelnost fundraisingu, která může být různorodá. (Boukal et al., 2013)

**Zásada aktivity** se pro fundraising vyznačuje neustálou iniciativou. Mezi neziskovými organizacemi probíhají neustále boje o získání zdrojů, protože je mezi nimi největší konkurence. Pro zásadu aktivity je důležitá charakteristika osobnosti fundraisera. Důležité je, aby byl zdravě extrovertní a asertivní. (Hruška, 2014)

**Zásada strategičnosti** je založena na poslání dané neziskové organizace, ale také na zdrojovém pokrytí. Důležité je se na začátku rozhodnout pro způsob získávání potřebných zdrojů. Podstatným faktorem je zajištění nezávislosti neziskové organizace vůči svému okolí a uznání veřejné prospěšnosti poslání neziskových organizací a jejich aktivit. (Novotný, 2004)

**Zásada vzdělávání okolí** popisuje důležitou komunikaci s okolím. Je důležité své okolí průběžně seznamovat a vysvětlovat, jaké je poslání nestátní neziskové organizace, především obsah její činnosti a motivace k realizaci. Fundraising závisí i na dobré pověsti neziskové organizace. (Boukal et al., 2013)

Kotler a Keller (2013) vysvětlují, že dobrou pověst lze zajistit použitím vhodné kreativní public relations, která dokáže ovlivnit veřejnost s daleko nižšími náklady než masovou reklamou. Důležité je najít poutavý příběh, který zaujme zaměstnance a budou jej šířit dále. (Kotler & Keller, 2013)

**Zásada pravdivosti** je založena na pravdivých informacích, které jsou součástí úspěšného fungování neziskové organizace, které je na nich celé založené. Důležité je, aby sám fundraiser dodržoval etické principy a podával pravdivé informace, i když je to někdy velmi nepříjemné (neúspěšné projekty). Fundraiser by si měl dávat pozor na to, koho osloví. (Novotný, 2004)

Pro **zásadu poděkování** je klíčové slovo „děkuji“. Je zdvořilé a slušné vždy poděkovat za sebemenší dar, včas a adekvátním způsobem. Je důležité s podporovatelem udržovat dlouhodobé vztahy, protože nejde jen o získávání potřebných zdrojů od poskytovatele. (Hruška, 2014)

**Zásada optimismu** je pro fundraising důležitá z důvodu, aby činnost vykonával fundraiser, který má na vše optimistický nadhled. Pozitivní pohled na věc nemají všichni lidé, ale vyznačují se jím především sangvinici. (Boukal et al., 2013)

**Zásada výsledku** má za úkol porovnávat shromážděné prostředky prostřednictvím konkrétní fundraisingové metody s náklady, které byly vynaloženy. (Hruška, 2014)

## 1.4 Neziskové organizace

Neziskové organizace jsou subjekty, jejichž hlavním posláním není tvorba zisku a nejsou zřizovány za účelem podnikání. Neziskové organizace lze definovat jako subjekty, které

jsou založené na základě nekomerčního principu. Takovým příkladem může být dosahování společného a společenského dobra nebo podpora prospěchu určité skupiny či veřejný prospěch. (Hejdukova, 2015)

V zahraničí se neziskové organizace označují jako „non for profit organization“.

Jak uvádí Rosnerova a Hraskova (2020) v článku *Management of non-profit organizations*, má nezisková organizace základní vlastnosti, které se podle profesorů Salomona a Anheiera skládají z pěti bodů:

1. **formální struktura** (organized) – jsou do určité míry formalizované, institucionalizované, organizované;
2. **soukromý charakter** (private) – jsou odděleny od státní správy a ani je nikdo neřídí;
3. **neziskové** (non-profit) – nejsou účelně zakládány k vytváření zisku, který by se měl přerozdělovat mezi vlastníky, pokud vznikne zisk, vždy je vrácen organizaci a znovu použit k dosažení jejich cílů;
4. **samosprávné** (self-governing) – nebo také nezávislé vůči vládní kontrole, jsou schopny řídit samy sebe, jsou autonomní;
5. **dobrovolné** (voluntary) – činnost dobrovolných pracovníků. (Rosnerova & Hraskova, 2020, Salamon & Anheier, 1997)

Existuje několik kritérií, podle kterých se neziskové organizace dělí. Hejdukova et al. (2018) uvedly nejhlavnější dělení: podle předmětu činnosti, podle globálního charakteru poslání, podle zadavatele či zřizovatele. Naproti tomu Bačuvčík (2011) uvedl dělení podle právní normy, podle členství, podle typu činnosti nebo podle způsobu financování. Určité neziskové organizace se mezi sebou prolínají. (Bačuvčík, 2011, Hejdukova, 2015, Hejdukova, Hommerová, & Krechovská, 2018)

Rektořík (2010) uvádí dělení neziskové organizace podle kritéria financování:

- organizace financované zcela z veřejných rozpočtů (organizační složky státu a územních celků);
- organizace financované zčásti z veřejných rozpočtů (příspěvkové organizace, politické strany, církve);
- organizace financované z různých zdrojů (dary, sbírky, sponzoring);
- organizace financované z výsledků realizace svého poslání. (Rektořík, 2010)

Nejdůležitější klasifikace neziskových organizací podle globálního charakteru poslání se rozděluje na dva typy:

- **organizace veřejně prospěšné;**
- **organizace vzájemně prospěšné.** (Hejduková et al., 2018)

Škarabelová et al. (2002) uvádí, že anglický název pro organizace veřejně prospěšné zní takto: Public Benefit Organizations, zkratkou PBO. Cílem této organizace je uspokojení potřeb celé společnosti, které jsou založené na produkci veřejných a smíšených statků. Příkladem veřejně prospěšných organizací jsou: charity, ekologie, zdravotnictví, vzdělání nebo veřejná správa. (Škarabelová, Hyánek, & Rektořík, 2002)

Organizace vzájemně prospěšné se v anglickém jazyce překládají jako Mutual Benefit Organizations, zkratka MBO. Jsou založené na uspokojování potřeb členů organizace neboli na vymezeném okruhu osob. Jedná se o vzájemnou podporu skupiny občanů i právnických osob, kteří jsou spojovány stejným zájmem. (Škarabelová et al., 2002) Rektořík (2010) uvedl příklady takových zájmů nebo realizovaných aktivit, které jsou v kultuře, sportu, v konfesních a profesních zájmech, v ochraně skupinových zájmů apod. (Rektořík, 2010, Škarabelová et al., 2002)

Další dělení neziskových organizací je podle zakladatelů a zřizovatelů:

- **veřejnoprávní neziskové organizace;**
- **soukromoprávní neziskové organizace.** (Hejduková, 2015)

Veřejnoprávní nezisková organizace je financována z veřejných rozpočtů a je založena na veřejném sektoru. Označuje se také jako vládní nebo státní organizace a můžeme sem zařadit například: veřejné vysoké školy, Českou televizi či organizační složky, příspěvkové organizace apod. (Hejduková, 2015)

Soukromoprávní organizace označujeme jako nestátní či nevládní neziskové organizace. Založit je může jakýkoliv jiný subjekt než subjekt z veřejného sektoru, například domácnost či podnikatelský subjekt. Cílem této organizace je být součástí občanské společnosti. (Hejduková, 2015)

#### 1.4.1 Státní (vládní) neziskové organizace

Tyto organizace jsou upravovány především těmito dvěma právními normami:

- **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, ve znění pozdějších předpisů. (Hejduková et al., 2018)

Škarabelová et al. (2002) uvedla, že státní (vládní) neziskové organizace zajišťují pro obyvatelstvo veřejné služby na úrovni státu, regionu či obce. (Škarabelová et al., 2002)

Mezi státní (vládní) neziskové organizace patří organizační složky a příspěvkové organizace. Oba typy státních organizací se dělí na složky státu a složky územních samosprávných celků. Organizační složky státu se odlišují tím, že nemají právní subjektivitu. Mezi organizační složky můžeme zařadit policii, armádu, hasiče. Naopak příspěvkové organizace mají samostatnou právní subjektivitu, protože rozsah, struktura a systém fungování je složitější než u organizačních složek. (Hejduková, 2015)

#### 1.4.2 Nestátní (nevládní) neziskové organizace

Pro zřizování a fungování těchto organizací hraje velkou roli těchto sedm hlavních právních předpisů: (Hejduková et al., 2018)

- **zákon č. 89/2012 Sb.**, občanský zákoník;
- **zákon č. 3/2002 Sb.**, o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společnostech;
- **zákon č. 424/1991 Sb.**, o sdružování v politických stranách a v politických hnutích;
- **zákon č. 341/2005 Sb.**, o veřejných výzkumných institucích;
- **zákon 561/2004 Sb.**, školský zákon;
- **zákon č. 449/2001 Sb.**, o myslivosti;
- **zákon č. 90/2012 Sb.**, o obchodních korporacích. (Hejduková et al., 2018)

Nestátní (nevládní) neziskové organizace, zkratkou NNO, fungují na základě soukromého práva. Jsou podporovány zejména dotacemi nebo daňovými úlevami. Častokrát napomáhají i veřejnému sektoru s odlehčením značných úspor. Mezi veřejným



i soukromým sektorem dochází ke vzájemné spolupráci, ale může mezi nimi docházet i k vytváření konkurenčního prostředí. Organizace jsou podporovány ze soukromého sektoru. (Hejduková, 2015)

Naproti tomu Škarabelová et al. (2002) uvedla, že nestátní (nevládní) neziskové organizace vycházejí z principu sebeřízení společnosti. Což vychází z určitého společenství lidí, kteří žijí a pracují ve vymezeném prostředí a je potřeba je organizovat a vzájemně usměrňovat jejich jednání. (Škarabelová et al., 2002)

Mezi nejhlavnější nestátní (nevládní) neziskové organizace patří:

- spolky;
- fundace;
- ústavy;
- politické strany a politické hnutí;
- zájmová sdružení právnických osob;
- registrované církve a náboženské společnosti;
- školské právní osoby;
- veřejné výzkumné instituce;
- honební společenstva;
- odborové organizace. (Rektořík, 2010)

## 1.5 Ústav

*„Ústav je právnická osoba ustavená za účelem provozování činnosti užitečné společensky nebo hospodářsky s využitím své osobní a majetkové složky.“* (Hejduková, 2015, s. 223)

Podle předem stanovených podmínek jsou výsledky činnosti ústavu rovnocenně komukoliv dostupné. Ústav je upravován novým občanským zákoníkem. Typické pro ústav je to, že provozuje činnost a zároveň může i v rámci hlavní činnosti podnikat. K podpoře činnosti, pro kterou byl ústav založen a zároveň na úhradu nákladů správní rady, lze využít zisk. (Hejduková et al., 2018)

Ústav patří mezi nevládní neziskové organizace, které působí především v sociální péči, zdravotnictví, vzdělávání, vědě a výzkumu. Fungují na základě soukromého práva a jejich role je na trhu výjimečná a nenahraditelná. (Hejduková, 2015)

Založit ústav lze zakladatelskou listinou a formou notářského zápisu. (Hejduková, 2015)

Náležitosti zakladatelské listiny jsou následovné:

- název ústavu – musí obsahovat zkratku „zapsaný ústav“ nebo „z. ú.“;
- sídlo;
- účel s vymezením předmětu činnosti nebo předmět podnikání;
- počet členů správní rady, jména a bydliště jejich prvních členů;
- vnitřní organizaci;
- dozorčí rada není povinná, pokud ano, je potřeba uvést počet členů, jména a bydliště jejich prvních členů;
- revizor není povinný, pokud ano, jméno a bydliště prvního revizora. (Hejduková et al., 2018)

Základní kapitál není stanoven, ale zpravidla se jedná minimálně o 1 Kč. Vklad může být nepeněžitý. (Hejduková et al., 2018)

Statutárním orgánem je ředitel, který ústav řídí, jedná jeho jménem, volí a odvolává správní radu. (Hejduková et al., 2018)

Nejvyšším orgánem je správní rada, která vykonává dohled nad statutárním orgánem, volí a odvolává ředitele. Zakladatel jmenuje a odvolává členy správní rady a jsou voleny na 3 roky. Jejich úkolem je schvalování rozpočtu, řádné a mimořádné účetní závěrky nebo výroční zprávy ústavu. (Hejduková et al., 2018)

Kontrolním orgánem je dozorčí rada nebo revizor. Jsou jmenovány zakladatelem. (Hejduková et al., 2018)

## **1.6 Finanční řízení neziskových organizací**

Management neziskové organizace je důležitou součástí finančního řízení. Pokud organizace nebude disponovat dostatečnou výší kapitálu, nebude plnit svůj účel, své cíle a poslání. Hejduková et al. (2018) definují finanční řízení jako hospodárnou činnost, která má za cíl získávat potřebné finanční prostředky a množství kapitálu z různých zdrojů financování, a které musí být efektivně využity. Účelem tohoto získávání je uskutečňování cílů a poslání dané organizace. (Hejduková et al., 2018)

Finanční rozhodování je důležitou součástí finančního řízení, kdy se rozhoduje především o výběru vhodných peněžních prostředků, kapitálu a jejich užití na základě stanovených cílů a zájmů zúčastněných stran. (Hrdý & Krechovská, 2016)

Dluhošová (2010) uvedla, že z typu organizace a fáze jejího vývoje vycházejí dané cíle, přístupy a použité nástroje finančního řízení. Každá fáze vývoje se odlišuje svými specifickými rysy, které ovlivňují různé struktury peněžních toků. Vzhledem k tomu, že se jedná o dynamickou činnost, která se mění v čase, je podstatné regulovat strategické, taktické a operativní finanční řízení. (Dluhošová, 2010)

Hlavní úkoly finančního řízení: (Hejduková et al., 2018)

- zajistit potřebný kapitál a tok hotovosti (cash flow);
- zajistit finanční stabilitu a soběstačnost organizace;
- zajistit likviditu organizace;
- účelně a hospodárně využít finanční prostředky;
- zajistit výkonnost (úspěšnost) organizace. (Hejduková et al., 2018)

Aby došlo k naplnění výše uvedených úkolů finančního řízení, musí se vykonávat činnosti, které se zaměřují na: finanční plánování, zajištění zdrojů (fundraising), řízení cash flow, evidenci, monitorování, kontrolu a jako poslední i na hodnocení finanční situace a na výkonnost organizace. (Hejduková et al., 2018)

## 1.7 Finanční plánování

Finanční plánování je úzce spojováno se strategickým řízením. Pokud nejsou předem naplánované či definované činnosti, která organizace chce realizovat, nelze bez toho udělat finanční plán. Součástí strategického řízení musí být i investiční a provozní požadavky. Obecně se finanční plány dělí na krátkodobé a dlouhodobé. (Hejduková et al., 2018)

Finanční plán vyjadřuje plán předem stanových činností a akcí v peněžních jednotkách. Podstatou je poukázat, jak budou zabezpečeny činnosti, které musí naplňovat stanovené cíle. Finanční plán se sestavuje pro neziskovou organizaci celkově, ale je také sestavován pro jednotlivé projekty zvlášť. Nástrojem operativního finančního plánování je rozpočet. (Pelikánová, 2016)

Stejskal (2010) rozděluje tři základní metody pro sestavování rozpočtů:

- **rozpočet od nuly** – pro nové projekty a akce, k dispozici nejsou žádné informace;
- **rozpočet na základě výsledků organizace v minulém období** – závislé na předchozím období, promítání změn oproti minulému roku;

- **kombinace dvou metod.** (Stejskal, 2010)

Oproti tomu Plamínek (1996) uvedl tři relevantní druhy rozpočtů:

- **zdrojový rozpočet;**
- **programový rozpočet;**
- **rozpočet peněžních toků (cash flow).** (Plamínek, 1996)

Cílem **zdrojového rozpočtu** je vytvořit přehled o nákladech a zdrojích krytí. Slouží k poskytnutí informací o tom, jak bude projekt finančně zabezpečen. Účelem je zjistit, zda předpokládané výnosy pokryjí všechny uvažované náklady nebo naopak ne. (Plamínek, 1996)

**Programový rozpočet** je sestavován za účelem získání přehledu nákladů na jednotlivé činnosti, aktivity, projekty nebo na střediska neziskové organizace a na zdroje financování těchto nákladů. Plánuje se jak nákladová část, tak i výnosová část rozpočtu. Některé projekty (střediska) mohou mít buď přebytkový nebo deficitní programový rozpočet. (Plamínek, 1996)

Součástí rozpočtu nákladů, výnosů a zdrojů krytí je i **rozpočet peněžních toků** neboli **cash flow**. Cash flow lze přeložit jako skutečný pohyb peněžních prostředků neziskové organizace za určité období. Důležité je plán cash flow neustále aktualizovat. (Plamínek, 1996)

### 1.7.1 Fundraising jako plánovaný proces

Získávání peněz je dlouhodobý proces a není to nic snadného. Proces by měl začít efektivním plánováním a končit zhodnocením. Cílem je zjistit, jaké metody nejvíce vyhovují, a jaké jsou neúčinnější. (Rektořík, 1996)

Rektořík (1996) systematizoval proces plánování do několika bodů:

- **definovat své poslání** – stručně, srozumitelně a všichni s ním musí být obeznámeni;
- **určit konkrétní a měřitelné cíle** – musí být v krátkém časovém období, dosažitelné;
- **zpracovat realizační a časový plán aktivit a vypracovat rozpočet;**
- **zapojit dobrovolníky;**
- **reagovat na potřeby společnosti** – na určitý segment klientů;

- **vybrat metody** – vhodné pro získávání finančních prostředků;
- **sestavit seznam zdrojů**;
- **specifikovat okruh dárců** – potencionální dárci by měl být ztotožněn s posláním dané neziskové organizace;
- **žádost o dar**;
- **snažit se o obnovení a zvýšení daru.** (Rektořík, 1996)

### 1.7.2 Strategické plánování fundraisingu

*„Strategické plánování je proces, během něhož vzniká představa, jakým směrem by se měla organizace ve fundraisingu v budoucnu ubírat, aby mohla uskutečnit své záměry a cíle.“* (Šobánková, 2010, s. 25)

Kroky strategického řízení jsou definovány takto:

- formulace poslání, vize a hodnot;
- analýza vnějšího a vnitřního prostředí (SWOT, PESTLE, analýza konkurence, model 5 sil, portfolio analýza);
- určení celkové strategie organizace;
- určení dílčích strategií/cílů;
- určení priorit a rozpočtů;
- implementace strategie a pravidelná kontrola. (Bachmann, 2011)

Podle Bačuvčíka (2011) poslání dané organizace vypovídá o tom, s jakým cílem chce sloužit, komu a jakým způsobem. (Bačuvčík, 2011) Pro úspěšné uskutečnění poslání je třeba mít dostatek příležitostí jej naplnit, věřit tomu, co poslání vyjadřuje a bezvýhradně se angažovat pro naplnění poslání. (Bačuvčík, 2011, Bachmann, 2011)

Vize odpovídá na otázku, jak by organizace měla vypadat, aby poslání naplnila. Tvorba vize je konkrétnější na základně služeb, kterou poskytujete. (Bachmann, 2011) Charakteristiku vize Rektořík (1998) formuloval tak, aby hleděla do budoucnosti, byla velmi krátká, srozumitelná, popsala neměnný stav a může jí sdílet více organizací v místě, regionu, ve státě. (Bachmann, 2011, Rektořík, 1998)

Součástí poslání a vize jsou i cíle. Je důležité si dané cíle vytyčit, a to dlouhodobé nebo dílčí. Jak uvádí Šobánková (2010), dlouhodobé cíle ovlivňují stanovené priority, jsou tvořeny na 3 roky a jsou v souladu se strategickým plánem organizace a posláním. Oproti

tomu krátkodobé cíle jsou velmi přesné a jsou vytvářeny v kratším období. (Šobánková, 2010)

Dílčí cíle by měly být SMART:

- **S** = specific/specifický;
- **M** = measurable/měřitelný;
- **A** = achievable/dosažitelný;
- **R** = realistic/realistický;
- **T** = timed/načasovaný. (Šobánková, 2010)

Součástí strategického plánování fundraisingu je i rozpoznání vnitřního a vnějšího prostředí. K rozpoznání jsou využity metody založené na vnějším prostředí (PESTLE a analýza konkurence), jenž napomáhají zjistit základní pozici organizace. K vnitřnímu prostředí jsou využity analýzy portfolia a životního cyklu, které napomáhají k zhodnocení síly neziskové organizace. Na vnější a vnitřní prostředí se zaměřuje SWOT analýza. (Bachmann, 2011)

PESTLE analýza poskytuje podrobný popis vnějšího okolí (politické, ekonomické, sociální a kulturní, technologické, právní a environmentální). Analýza konkurence se zaměřuje na konkurenci v oblasti zdrojů, konkurenci organizací poskytující stejné služby a konkurenci v oblasti poslání. (Bachmann, 2011)

SWOT analýza se skládá ze silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí. Vnitřními faktory efektivnosti organizace jsou silné a slabé stránky. Vnějšími faktory efektivnosti organizace jsou příležitosti a hrozby. Pokud nezisková organizace není schopna vytvořit SWOT analýzu, není tedy schopná fungovat a neví, jak realizovat své poslání. (Rektořík, 1996)

Další metody, které jsou vhodné vytvořit při zakládání strategického plánování, je model 5 sil a portfolio analýza. (Bachmann, 2011)

## **1.8 Fundraising a zdroje financování neziskových organizací**

Každá nezisková organizace chce být úspěšná, a proto jejím úkolem, respektive úkol fundraisera, je získat potřebné finanční či nefinanční prostředky k podpoře provozních aktivit, činností, investic a rozvoje, které nezisková organizace chce realizovat. Charakteristickým rysem nestátních neziskových organizací je vícezdrojovost, kdy

hlavním cílem je získat prostředky od více zdrojů. Podstatou tohoto financování je snížit riziko financování. (Hejduková et al., 2018) Oproti tomu Bačuvčík (2011) uvedl, že je také důležité vytvořit představu o produktu, který je nezbytný ve veřejném zájmu a je užitečné ho podpořit bez ohledu na vlastní profit dárce. Hejduková et al. (2018) popsaly, že není důležitý počet daných zdrojů, ale důležité je postavení v neziskové organizaci, který zdroj je dominantní nebo jestli vůbec nějaký takový mají. (Bačuvčík, 2011, Hejduková et al., 2018)

Šedivý a Medlíková (2012) uvádí šest způsobů zdrojů financování:

- **veřejná správa** – státní správa a samospráva;
- **individuální dárce** – jednotlivci;
- **firmy**;
- **nadace a nadační fondy**;
- **ostatní instituce**;
- **příjmy z vlastní činnosti**. (Šedivý & Medlíková, 2012)

### **Veřejná správa**

Veřejná správa se skládá ze státní správy a samosprávy. Do státní správy můžeme zařadit ministerstva a příspěvkové organizace a do samosprávy patří kraje, města, obce a příspěvkové organizace. Pokud chce nezisková organizace získat finanční prostředky, musí podstoupit veřejné výběrové řízení. (Šedivý & Medlíková, 2012) Naproti tomu Rektorič (2010) uvedl, že některé typy neziskových organizací mají ze zákona nárok na státní příspěvek, aniž by o něj musely žádat (církve, politické strany...). Pokud musí podstoupit výběrové řízení, na základě zpracovaného projektu pak vytvoří žádost o dotaci či grant. Je důležité, aby nezisková organizace s úředníky udržovala komunikaci, protože jim to může napomoci k zajištění nejvhodnějších podmínek pro zpracování podané žádosti. (Rektorič, 2010, Šedivý & Medlíková, 2012)

Veřejná správa financuje neziskové organizace z veřejných rozpočtů na podporu v oblasti tělesné výchovy a sportu, kultury, životního prostředí a udržitelného rozvoje, sociálních služeb a zahraničních aktivit. (Hejduková et al., 2018)

Hejduková et al. (2018) uvedly, že dotace se dělí na přímou podporu nebo nepřímou podporu. Na přímou podporu jsou dotace financovány z různých rozpočtů (veřejné,

obecní, krajské rozpočty, státní fondy, zdroje z EU apod.). Nepřímá podpora směřuje např. k daňovým úlevám. (Hejduková et al., 2018)

### **Individuální dárci**

Jedná se o jednotlivce, kteří nějakým způsobem podporují či podpořili neziskovou organizaci z vlastních příjmů tím, že posílají či poslali finanční prostředky na účet organizace. Může se jednat o občany, které potkáváme na ulici či o známé dárcce. Dárci mohou poskytnout dar buď jednorázově, nebo ho mohou pravidelně posílat. (Šedivý & Medlíková, 2012)

Podle Rektoříka (2010) mezi individuální dárcce můžeme zařadit: členy organizace, dobrovolníky, předplatitele časopisu, příbuzné cílových skupin apod. (Rektořík, 2010)

Díky tomuto dárcovství vzniká dárcovská pyramida, na které se poukazuje, jak se dárci posouvají nebo jakou pozici v pyramidě zaujímají. Do spodní části pyramidy se řadí dárci, kteří poslali svůj první dar. Na ně navazují dárci, kteří opakovaně dar zaslali, ale ještě to není jejich pravidlo. V prostřední části se nachází dárci, kteří neziskovou organizaci podporují pravidelně a vytvořili si k tomu trvalý příkaz. Čímž častěji dárci posílají finanční prostředky, tím se stávají významnější a začínají být více známí, tedy tato skupina je předposlední v dárcovské pyramidě. V poslední řadě na samém vrcholu pyramidy jsou pak dárci, kteří na organizaci mysleli i ve své poslední vůli. (Machálek & Nerstová, 2011)

### **Firmy**

Firmy často neziskové organizace podporují formou daru či sponzorství. Podpora ze strany firem by neměla být čistě účelová. Zároveň společenská odpovědnost firem souvisí se zdrojovou podporou podniků. (Hejduková et al., 2018)

Podpora firem je spojována s výrazem firemní fundraising. Pelikánová (2016) uvádí, že jde o získávání prostředků fundraiserem ve formě: darů (peněžitě/věcné), financí z dobročinné aukce, reklamy, propagace, firemní dobrovolnictví, zapůjčení prostor a techniky, zapůjčení pracovníků nebo slevy při nákupu zboží a využívání služeb. (Pelikánová, 2016)

Rozdíl od individuálního fundraisingu spočívá podle Bačuvčíka (2011) zpravidla ve výši příspěvku, který jsou firmy ochotny poskytnout. (Bačuvčík, 2011)



## **Nadace a nadační fondy**

Nadace a nadační fondy jsou zakládány za účelem finanční podpory projektů neziskových organizací. (Šedivý & Medlíková, 2012) Jak uvedl Bačuvčík (2011), jedná se o účelové sdružení majetku. (Bačuvčík, 2011) Získání podpory od nadace či nadačního fondu závisí na dobře zpracovaném projektu, popřípadě na žádosti o grant. Jednání o poskytnutí daru či grantu se rozhoduje skupinově. Skupinu tvoří správní rada nebo pověřené skupiny expertů, kdy je jejich rozhodnutí schvalováno správní radou. (Šedivý & Medlíková, 2012) Přičemž Rektorič (2010) uvedl, že žádat o grant může nezisková organizace ze zahraničních zdrojů zde založených, takovým příkladem je Nadace rozvoje občanské společnosti nebo Open Society Fund Praha. (Bačuvčík, 2011, Rektorič, 2010, Šedivý & Medlíková, 2012)

## **Ostatní instituce**

Mezi ostatní instituce lze zařadit zahraniční ambasády v ČR, Rotary kluby, obchodní komory apod. U těchto institucí nejsou definována jednoznačná pravidla a doporučení. Vše závisí na přípravě jednání a také na tom, jaká je firemní kultura neziskové organizace či instituce. Závisí to i na komunikaci, podle které se to dá nastavit (e-mailová, telefonická či jednání na schůzce). (Šedivý & Medlíková, 2012)

## **Příjmy z vlastní činnosti**

Příjmy z vlastní činnosti jsou často označovány jako samofinancování. Jedná se o prodej výrobků, zboží, poskytování služeb, pronájem dlouhodobého majetku, příjmy z nehmotného majetku, příjmy z úroků z vkladů či jiných finančních aktivit nebo členských příspěvků, díky nimž se získávají finanční prostředky. (Hejduková et al., 2018)

Samofinancování přináší mnoho výhod, ale samozřejmě i mnoho nevýhod. Jako pozitivní bod pro neziskové organizace je to, že přináší dodatečné finanční prostředky, které jsou dlouhodobé. Určitě zvětšuje portfolio příjmů a zároveň zlepšuje finanční flexibilitu organizace, kdy není závislá jen na veřejných zdrojích. Díky samofinancování se organizace může zviditelnit pro vnější okolí a může velmi pozitivně působit na ostatní dárce. (Boukal et al., 2013)

Naopak mezi nevýhody, které uvedl Boukal et al. (2013) se řadí především to, že není příliš jednoduché samofinancování zrealizovat. Ne každý fundraiser má dostatek

finančních prostředků k podpoře organizace a zároveň tento zdroj financování není vhodný pro všechny organizace. V dané míře to pro organizaci může přinášet i jisté riziko a není to vždy vhodný způsob, jak rychle získat finanční prostředky. Poslední nevýhodou může být, že organizace nemůže fungovat pouze na samofinancování, ale jde o pouhé doplnění finančních zdrojů. (Boukal et al., 2013)

Není důležité, kde ty prostředky získat, ale jak. Existuje mnoho způsobů, Hejduková et al. (2018) vytyčily ty nejdůležitější:

- veřejná sbírka;
- benefiční akce;
- vytvoření projektu a sepsání žádosti o grant či dotaci;
- oslovení dárce;
- dárcovská SMS – DMS;
- sdílený marketing;
- prodej vlastních výrobků a služeb;
- členské příspěvky;
- direct mail a mnoho dalších. (Hejduková et al., 2018)

## **1.9 Partnerství a donátorství**

Nedílnou a podstatnou součástí fundraisingu je získávání správných partnerů a donátorů, kteří budou financovat neziskové organizace svými finančními či nefinančními prostředky.

### **1.9.1 Partnerství**

Partnerství je spolupráce, která je založena na vzájemné důvěře a spolupráci, na strategii, programu a sdílené vizi, definovaných smlouvou o spolupráci, na kterých se shodnou oba partneři. Partneři mají společný cíl, společný zájem, profitují ze vzájemné spolupráce, mají rovná práva, navzájem si důvěřují a mají společnou zodpovědnost. (Hrozná, 2008)

Názor každého partnera je v partnerství velmi důležitý, a proto má být vyslechnutý. Zároveň je vhodné, aby veškeré zdroje, včetně finančních, byly sdílené. Díky finančním zdrojům se mohou jednotlivé programy konkrétních projektů realizovat. Každý z partnerů má mít pocit, že do partnerství něco dává a něco z něj naopak získává. (Hrozná, 2008)

Úspěšné partnerství spočívá zejména ve společné vizi, hodnotách, cíli, dobrovolnosti a vstřícnosti. (Hrozná, 2008)

### **1.9.2 Donátorství**

Donátor je osoba nebo organizace, která na základě vlastních nákladů získala prostředky, které pak dedikací odkázala veřejnosti za pomoci darovací smlouvy. Donátor své prostředky věnuje podporovanému subjektu, které slouží k jeho dlouhodobého chodu. (Snipes & Oswald, 2010)

Podstatou donátorství je, že přijímající subjekt je schopen samofinancování a není tak na donátorovi existenčně závislý, např. když dárce ztratí zájem o poskytování dalších darů, zemře nebo zanikne. (Snipes & Oswald, 2010)

V současné době je donátor označován za dárce prostředků pro různé organizace a nadace. (Snipes & Oswald, 2010)

Naproti tomu sponzor, který je s donátorem častokrát zaměňován, se podílí částečně na úhradě nákladů. (Snipes & Oswald, 2010)

## 2 Praktická část

Pro praktickou část byla vybrána nezisková organizace DEPO2015. Nejprve je popsáno samotné DEPO2015, čím se zabývá a jaké jsou jeho činnosti. Jaké prostory jsou součástí areálu zapsaného ústavu a jaká je jeho programová nabídka. Dále jsou popsány cílové skupiny, které DEPO2015 navštěvují, vize, mise a lidské zdroje.

V druhé části praktické části jsou popsány finanční zdroje DEPO2015, jak jsou uvedeny v jeho výročních zprávách, a vytvořen fundraisingový plán pro následující rok.

### 2.1 DEPO2015

Nezisková organizace Plzeň 2015, o. p. s. vznikla dne 16. 9. 2010 na základě usnesení Zastupitelstva města Plzně a byla zapsána do obchodního rejstříku dne 21. 10. 2010. Cílem organizace byla příprava a realizace programové části projektu Evropské hlavní město kultury 2015. Obecně prospěšná organizace byla dne 18. 5. 2016 změněna na zapsaný ústav. (Výroční zpráva, 2020)

Ředitelem zapsaného ústavu je Ing. Jiří Suchánek. Řídícími orgány společnosti jsou správní rada a dozorčí rada. Obě rady jsou tvořeny několika členy. Předsedou správní rady je Mgr. Martin Baxa a předsedkyní dozorčí rady je Ing. Dana Stanková. (Výroční zpráva, 2020)

#### 2.1.1 Činnosti

Jako registrované aktivity zapsaného ústavu jsou:

- zajištění udržitelnosti programové náplně projektu Plzeň – Evropské hlavní město kultury 2015, včetně projektů zaměřených na zahraniční spolupráci, zejména na česko-německou přeshraniční spolupráci;
- kreativní sektorová činnost v souladu s rozvojem kreativních průmyslů,
- vývoj inovativních řešení pro marketing a cestovní ruch se zaměřením na digitální formy;
- aktivity otevřených řemeslných workshopů a souvisejících kurzů;
- publikační činnosti;
- pořádání školení, seminářů, koučování a pravidelného vzdělávání;

- poradenství a zprostředkovatelská činnost pro neziskové organizace. (Výroční zpráva, 2020)

Registrované činnosti zapsaného ústavu jsou:

- výroba a prodej produktů kreativního průmyslu;
- poradenská a zprostředkovatelská činnost pro obchodní jednotky;
- provozování kulturních, uměleckých, vzdělávacích a rekreačních zařízení;
- pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a podobných akcí;
- velkoobchod a maloobchod;
- pronájmy prostor;
- ubytovací služby. (Výroční zpráva, 2020)

### **2.1.2 Kreativní zóna DEPO2015**

DEPO2015, z. ú. vzniklo v bývalé vozovně Plzeňských městských dopravních podniků. Areál je velmi rozsáhlý a nachází se zde sály, které jsou využívány pro výstavy, koncerty, divadelní představení, konference, kanceláře, kavárnu, tržnici DEPO, která je v celoročním provozu, zahradu, ateliéry, sportovní a stepařská studia. (DEPO2015, 2022f)

Prostory, které areál nabízí, jsou vhodné i k pronajmutí, a to pro buď pro veřejné nebo soukromé akce. Lze si pronajmout buď jen určitou část prostor nebo i celý areál. (DEPO2015, 2022f)

Každý si v tomto areálu najde svůj zájem, proč kreativní zónu navštěvovat nebo zde i trvaleji působit. (DEPO2015, 2022f)

### **2.1.3 Prostory**

Areál DEPO2015 se skládá ze 7 oddělených částí, kterými jsou: Autobusová hala, Klempírna, BISTRO&CAFÉ DEPO, Tržnice DEPO, parkoviště a nádvoří, zasedací místnosti, kanceláře, ateliéry a kontejnery. Každá část je využívána k něčemu jinému a každá má svůj specifický účel.

Autobusová hala a Klempírna jsou prostory, které se využívají pro konání konferencí, plesů, veletrhů, koncertů, konferencí, divadel nebo přednášek. Rozdíl mezi nimi je ten, že Autobusová hala je především pro velké akce, jejíž kapacita je až 1 000 lidí k stání,

zatímco Klempírna je vhodná spíše pro komornější akce s kapacitou až 300 lidí k stání. (DEPO2015, 2022a) (DEPO2015, 2022e)

Pro skupiny do 100 lidí nabízí DEPO2015 prostory v BISTRO&CAFÉ DEPO, kde se mohou konat meetingy, firemní či osobní večírky nebo oslavy. Zároveň tento prostor slouží pro denní občerstvení. Je to velmi moderní a umělecká kavárna. (DEPO2015, 2022d)

Zmíněná Tržnice DEPO je prostorem, kde se nacházejí obchody se současným designem. (DEPO2015, 2022i)

Mezi důležité služby, které DEPO2015 nabízí, patří dlouhodobé pronájmy kanceláří, kancelářských kontejnerů a ateliérů. V těchto prostorách působí především lidé z grafiky, designu nebo IT. (DEPO2015, 2022j)

Součástí nabídky jsou zasedací místnosti jsou určeny především pro malý okruh lidí, cca 15 lidí. Konají se zde hlavně zaměstnanecké akce nebo meetingy. (DEPO2015, 2022j)

V areálu DEPO2015 je nádvoří a parkoviště s kapacitou až 200 osobních aut. Zde se konají zejména festivaly, trhy, venkovní a sportovní akce. Na nádvoří se nachází rozhledna od Čestmíra Sušky. (DEPO2015, 2022g)

V roce 2020 bylo vytvořeno nové studio, které nese název Streampoint. Zde je možné si nstreamovat webinář či naplánovat firemní videokonferenci, kulturní akci nebo uvést nový produkt na trh. (DEPO2015, 2022ch)

DEPO2015 nabízí po celý rok plnohodnotný program, díky kterému jej navštěvuje mnoho návštěvníků. Za rok 2018 zapsaný ústav navštívilo 190 000 návštěvníků, v roce 2019 to bylo 215 000 návštěvníků a za rok 2020 jen pouhých 58 000 návštěvníků. (Výroční zpráva, 2018, 2019, 2020)

#### **2.1.4 Programová nabídka**

Součástí nabídky jsou sportovní a hudební akce, trhy, přednášky, workshopy, kurzy a umělecké výstavy. Mezi nejznámější akce patří: Festival světla BLIK BLIK, WALLZ – Pilsen Street Art Festival, Plzeň Design Week, DEPO Street Food Markety, DEPO v LETU nebo Evropský den sousedů. Nejenže DEPO2015 vytváří své vlastní projekty, ale také podporuje a spolupracuje na projektech, které vznikají nebo se konají mimo areál

DEPO2015. Těmito projekty jsou například Náplavka na Radbuze nebo Letní barokní festival. (DEPO2015, 2022f)

Kreativní zóna se zaměřuje i na programy pro děti. V letních měsících jsou zde pořádány řemeslné příměstské tábory, ale v nabídce jsou i řemeslné kroužky, kde je možno rozvíjet své řemeslné dovednosti a schopnosti, např. v truhlářství. Nedílnou součástí programů pro děti jsou i speciální akce, např. Festival KUK. Součástí zázemí pro děti je i dětský koutek. (DEPO2015, 2022f)

### 2.1.5 Segmenty

Cílové skupiny lze rozdělit podle oblastí podnikání DEPO2015 na návštěvníky akcí a nájemce pronajímaných prostor.

V rozložení počtu návštěvníků do jednotlivých cílových skupin převažují skupiny obyvatel ve věku 25-40 let a rodiny s dětmi. Cílová skupina zahraničních turistů je zřejmě nižší než 10 % z celkového počtu návštěvníků na akcích DEPO2015. Největší potenciál v počtu návštěvníků tvoří rodiny s dětmi, a to jak rezidenti, tak turisté. Dále to jsou návštěvníci z Bavorska v jejich organizovaných spolcích a návštěvníci hlavního města Prahy.

Cílové skupiny byly určeny na základě segmentace zákazníka. Cílová skupina **rodiny s dětmi a lidé ve věku 25-40 let** jsou charakterizovány:

- Z **geografického kritéria** tvoří cílovou skupinu veřejnost, především rodiny s dětmi a lidé ve věku 25-40 let, s dojezdovou vzdáleností do 30 minut představují zhruba 48 %. S dojezdovou vzdáleností do 60 minut je to asi 30 % a pro více než 60 minut přibližně 22 %.
- Podle **demografického kritéria** DEPO2015 navštěvují obyvatelé ve věku 25-40 let a děti ve věku 0-12 let.
- Ze **socioekonomického kritéria** se zaměřují především na návštěvníky s vyšším dosaženým vzděláním převážně humanitního zaměření a se stálým příjmem.
- Podle **psychologického kritéria** jsou to především rodiny s dětmi, které navštěvuje tyto prostory za účelem společného trávení volného času, zábavy, vzdělávání, pobavení, nákupu, občerstvení nebo jen ze zvědavosti.

Cílová skupina **nájemce** je definována:

- Podle **geografického kritéria** je cílová skupina tvořena především lidmi s dojezdovou vzdáleností do 30 minut o velikosti zhruba 51 % a s dojezdovou vzdáleností do 60 minut zhruba 28 %. Skupina s dojezdovou vzdáleností delší než 60 minut tvoří 21 %.
- Podle **demografického kritéria** si prostory DEPO2015 najímají především lidé ve věku 18-60 let.
- Podle **socioekonomického kritéria** jsou nájemci tvořeni především lidmi s vyšším dosaženým vzděláním, maturitou nebo výučním listem a se stálým příjmem.
- Z hlediska **psychologického kritéria** je pronájem cílen na právnické či fyzické osoby, kteří si najímají prostory například s podnikatelským záměrem.

#### **2.1.6 Vize a mise**

Vizi DEPO2015 je vytváření míst, kde lidé pracují, vzdělávají se, podnikají, tvoří a současně si užívají umění, koncerty, výstavy a gastronomii. (DEPO2015, 2022h)

Jeho misí je realizovat základní hlediska spojená s Evropským hlavním městem kultury a jeho udržitelností. Zapojovat se do různých evropských sítí, protože evropská spolupráce má podstatný vliv na udržování spolupráce mezi evropskými hlavními městy kultury, univerzitami a nezávislými centry, které mají podobné zaměření a zájem. Jejich snahou je vyplňování prázdných míst v kulturní a společenské sféře nejen v Plzni, ale v celém Plzeňském kraji. (DEPO2015, 2022h)

Otevřenost, sdílení zdrojů, myšlenek, nápadů a spolupráce namísto konkurence jsou zásady, kterých se DEPO2015 drží. (DEPO2015, 2022h)

#### **2.1.7 Lidské zdroje**

Lidské zdroje jsou důležitým faktorem pro fungování neziskového sektoru. Lidé pracující v neziskové organizaci musí být motivováni a zároveň by se jejich vnímání a postřehy měly shodovat s vizí a misí dané neziskové organizace.

Oddělení, která jsou součástí organizační struktury:

- **administrativa;**
- **programové oddělení;**



- **provozní oddělení;**
- **centrum kreativního podnikání;**
- **obchod a marketing;**
- **česko-německé vztahy.** (Výroční zpráva, 2020)

Nejvíce do kontaktu se zákazníky přichází pracovníci recepce, kteří tak tvoří každodenní komunikaci se zákazníkem.

Důležitou složkou je samozřejmě finanční oddělení, které spravuje veškeré finance týkající se jak samotných zaměstnanců, tak i finančních prostředků, které jsou potřebné získat a použít pro veškeré činnosti, které DEPO2015 provozuje a koná. (Výroční zpráva, 2020)

Dalšími odděleními, které DEPO2015 má, je programové oddělení a centrum kreativního podnikání, pod které spadá i výroba a vývoj. Programové oddělení se při tvorbě a vymýšlení programové náplně zaměřuje na to, co v současné kulturní a společenské sféře chybí, co může být zlepšeno a co považuje za důležité, aby bylo návštěvníkům předáno a co by návštěvníky nejen obohatilo, ale zároveň i nalákalo na něco nového a pro ně zajímavého. Pro vlastní technické zabezpečení programu, tj. různých expozic, výstav i ostatních aktivit, je důležité oddělení výroby. Mnoho expozic, které se v DEPO2015 kdy uskutečnily nebo uskuteční, byly vytvořeny zaměstnanci přímo v areálu, popřípadě se na jejich tvorbě podíleli. (Výroční zpráva, 2020)

Důležité lidské zdroje DEPO2015 představují i pracovníci obchodu a marketingu. Díky nim se lidé dozvídají o různých připravovaných akcích, koncertech nebo chystaných novinkách, které se v areálu konají nebo jsou připravovány. Cílem marketingu je díky úspěšné propagaci nalákat co nejvíce návštěvníků a zvýšit tím povědomí a zájem lidí o působení DEPO2015, které tak může zajistit jeho prosperitu. (Výroční zpráva, 2020)

Pro správnou funkci organizace je důležité i personální a administrativní oddělení, právník a správce DEPO2015. Vlastní řízení celé organizace pak zastřešuje ředitel zapsaného ústavu.

Součástí zapsaného ústavu DEPO2015 nejsou jen interní zaměstnanci, ale na projektech, akcích, workshopech, při výrobě expozic a na mnoha dalších aktivitách se podílejí i externí pracovníci, mezi které lze řadit brigádníky, specialisty, techniky apod.

## 2.2 Finanční zdroje DEPO2015

Výroční zpráva z roku 2021 nebyla stále zveřejněna. Proto veškeré informace a data jsou čerpány z výročních zpráv v rozmezí roků 2018-2020. Tato podkapitola bude zaměřena na financování DEPO2015 a vytvoření fundraisingové finančního plánu pro následující rok.

### 2.2.1 Přehled finančních zdrojů

DEPO2015 vykonává hlavní a vedlejší činnost. Jako nezisková organizace je jejím hlavním výnosem přijaté dotace, dary a příspěvky. Tyto příjmy jsou velmi důležité pro fungování různých projektů, akcí, programů a mnoho dalšího.

Nedílnou součástí příjmů jsou i tržby, které mohou být ze vstupného při různých akcích, z programů, které jsou nabízené nejen pro školy, ale i pro běžné návštěvníky, ale i z koncertů, workshopů apod. Tržby z pronájmu prostor jsou důležitou složkou příjmů, které DEPO2015 obdrží každým rokem. Společně s tržbami z občerstvení, nabízeného v kavárně, a s tržbami z prodeje dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku či z prodeje materiálu.

Každým rokem se výše výnosů mění. V roce 2020 byl výnos oproti roku 2019 nižší, a to z důvodu koronavirové pandemie. Výše výnosů je ovlivňována náklady, které zároveň musí být vynaloženy pro fungování zapsaného ústavu.

### 2.2.2 Dotace – veřejná správa

Dotace jsou nejdůležitější složkou pro fungování neziskové organizace. DEPO2015 každým rokem obdrží dotace v konkrétních částkách na konkrétní projekt od Statutárního města Plzně, Úřadů městských obvodů Plzně, Plzeňského kraje, Ministerstva kultury ČR, Evropské unie, Česko německého fondu a Přeshraniční spolupráce ČR – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020. (Výroční zpráva, 2018, 2019, 2020)

V roce 2020 jejich výše činila **22 530 324,28 Kč**. V roce 2019 byla obdržena dotace ve výši **25 212 486,49 Kč**. V roce 2020 tedy DEPO2015 obdrželo o **2 682 162,21 Kč** méně, což je velmi razantní pokles i ve srovnání s rokem 2018, kdy výše dotace činila **24 834 826,62 Kč**. (Výroční zpráva, 2020)

Celková suma přijatých dotací je tvořena dotacemi na provoz a dotacemi poskytnutými na konkrétní projekty. DEPO2015 uskutečňuje každým rokem jednak pravidelné projekty a dále projekty, které jsou každým rokem obměňovány.

V *Tabulkách 1 až 3* je zobrazen celkový přehled dotací za každý rok v období 2018 až 2020. Součástí tabulky jsou poskytovatelé, kteří dotaci poskytl, účel a výše poskytnuté dotace.

Tabulka 1 - Přehled přijatých dotací za rok 2018 (v Kč)

<b>Poskytovatel</b>	<b>Účel</b>	<b>Částka v Kč</b>
Statutární město Plzeň	Provozní dotace	10 000 000,00
Statutární město Plzeň	4-letý grant	1 700 000,00
Statutární město Plzeň	Provozní dotace KD Peklo	3 000 000,00
Statutární město Plzeň	Tržnice DEPO	725 000,00
Statutární město Plzeň	Individuální dotace	1 248 763,46
Statutární město Plzeň	100 let Republiky očima pěti generací	799 900,00
Statutární město Plzeň	Rezidence – RP/1	50 000,00
Statutární město Plzeň	Rezidence – RP/3	49 000,00
Statutární město Plzeň	Vrácení části provozní dotace na rok 2017	-62 085,19
Úřad městského obvodu Plzeň 2	Festival světla BLIK BLIK	150 000,00
Ministerstvo kultury	100 let Republiky (očima velkých i malých Plzeňanů)	250 000,00
Plzeňský kraj	Udržitelnost projektu Plzeň – EHMK 2015	2 300 000,00
Plzeňský kraj	Barokní region Čechy Bavorsko jako součást Letního barokního festivalu 2018	90 000,00
Česko německý fond budoucnosti	Design StarUp Show	- 31 440,01
Přeshraniční spolupráce ČR – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020	Česko-bavorská kulturní platforma, reg. č. 73	2 219 953,52

Přeshraniční spolupráce ČR – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020	Barokní region Čechy Bavorsko, reg. č. 153	1 935 571,98
Evropská unie	Cena Meliny Mercouri	409 952,86
<b>Celkem</b>		<b>24 834 826,62</b>

Zdroj: výroční zpráva (2018)

Tabulka 2 - Přehled přijatých dotací za rok 2019 (v Kč)

<b>Poskytovatel</b>	<b>Účel</b>	<b>Částka v Kč</b>
Statutární město Plzeň	Provozní dotace	13 850 000,00
Statutární město Plzeň	4-letý grant	1 700 000,00
Statutární město Plzeň	Náplavka u Radbuzy se otevírá	705 000,00
Statutární město Plzeň	Rezidence – Festival světla BLIK BLIK 2019	46 000,00
Statutární město Plzeň	Rezidence – Otevřená rezidence DEPO2015	47 000,00
Statutární město Plzeň	Rezidence – PLZEŇ DESIGN WEEK 2019	47 000,00
Úřad městského obvodu Plzeň 3	Festival světla BLIK BLIK	50 000,00
Úřad městského obvodu Plzeň 3	Výstava Já hrdina	100 000,00
Plzeňský kraj	Udržitelnost projektu Plzeň – EHMK 2015	2 300 000,00
Plzeňský kraj	Zajištění lektorského programu výstavy Za barokem pro ZŠ v Plzeňském kraji	90 000,00
Plzeňský kraj	Ahoj Hanoi – festival vietnamsko-české kultury	150 000,00
Česko německý fond budoucnosti	Design Thinking Exchange	177 870,00
Přeshraniční spolupráce ČR – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020	Česko-bavorská kulturní platforma, reg. č. 73	1 175 960,65
Přeshraniční spolupráce ČR – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020	Barokní region Čechy Bavorsko, reg. č. 153	2 407 134,77

Přeshraniční spolupráce ČR – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020	Kultur / Kontakt / Kreativ, reg. č. 274	558 433,67
Evropská unie	Cena Meliny Mercouri	558 433,67
<b>Celkem</b>		<b>25 212 486,49</b>

Zdroj: výroční zpráva (2019)

Tabulka 3 - Přehled přijatých dotací za rok 2020 (v Kč)

Poskytovatel	Účel	Částka v Kč
Statutární město Plzeň	Provozní dotace	15 900 000,00
Statutární město Plzeň	Náplavka u Radbuzy 2020	478 454,82
Statutární město Plzeň	DEPO v LETU	200 000,00
Statutární město Plzeň	Rezidence – Festival světla BLIK BLIK 2020	43 600,00
Statutární město Plzeň	Rezidence – Otevřená rezidence – Nový cirkus	14 905,60
Statutární město Plzeň	Rezidence – Výstava Písmo a kaligrafie	42 800,00
Úřad městského obvodu Plzeň 1	WALLZ: Pilsen Street Art Festival	60 000,00
Úřad městského obvodu Plzeň 3	Interaktivní expozice GÓÓÓL: Hrdinové české kopané	30 000,00
Plzeňský kraj	Udržitelnost projektu Plzeň – EHMK 2015	2 300 000,00
Ministerstvo kultury ČR	WALLZ – Pilsen Street Art Festival	405 000,00
Přeshraniční spolupráce ČR – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020	Barokní region Čechy Bavorsko, reg. č. 153	1 361 467,53
Přeshraniční spolupráce ČR – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014–2020	Kultur / Kontakt / Kreativ, reg. č. 274	1 694 096,33
<b>Celkem</b>		<b>22 530 324,28</b>

Zdroj: výroční zpráva (2020)

Ze zmíněných projektů a akcí budou dále popsány ty, které se uskutečnily v roce 2020.

Společnosti DEPO2015 a Plzeň 2015 financovaly v roce 2020 programové aktivity na nově vzniklé **Náplavce u Radbuzy**. Celkem se tam uskutečnilo 5 akcí, 1 výstava a 8 projekcí filmů, s celkovou návštěvností téměř 4 000 lidí. Další předběžný program nebyl zrealizován kvůli protiepidemickým opatřením. Nevyčerpaná dotace ve výši 221 000,00 Kč byla vrácena do rozpočtu města. (Výroční zpráva, 2020)

Nový programový koncept **DEPO v LETU** je specificky zaměřen na podporu místních umělců, oživení kultury a umožňuje divákům najít si své oblíbené umělce. Jedná se o pravidelný a nabitý letní program, který spojuje živou hudbu, jídlo, DJ produkci, promítání filmů, divadlo pro děti, autorské čtení nebo poezii Slam. Celá show se odehrála na dvoře DEPO2015 od 30. června do 28. srpna 2020. Celkem se uskutečnilo 55 menších akcí, které navštívilo více než 4 500 návštěvníků. (Výroční zpráva, 2020)

Festival světla **BLIK BLIK 2020** byl z důvodu koronavirové pandemie přetvořen na expozici **BLIK BLIK\_Digitální hřiště**. Digitální hřiště působilo v autobusové hale od 2. července do 23. srpna 2020. Výstava, zaměřená především na rodiny s dětmi a mladší publikum, zahrnovala interaktivní audiovizuální instalace předních umělců z České republiky i ze zahraničí. (Výroční zpráva, 2020)

Z projektu **Rezidence – Výstava písmo a kaligrafie** se stal samoobslužný workshop, který byl umístěn v Tržnici DEPO2015. Projekt **Rezidence – Nový cirkus** nebyl dokončen. (Výroční zpráva, 2020)

Cílem prvního ročníku festivalu **WALLZ: Pilsen Street Art Festival** bylo vytvořit prostředí pro debatu o umění ve veřejném prostoru, vliv na životní prostředí a přínos umění pro obyvatele v jejich každodenním životě. **WALLZ: Pilsen Street Art Festival** probíhal od 17. srpna do 22. srpna 2020. (Výroční zpráva, 2020)

Interaktivní výstava **GÓÓÓL: Hrdinové české kopané** probíhala od 10. ledna do 20. prosince 2020. Výstavu navštívilo celkem 3 794 diváků. **GÓÓÓL** byla koncipována jako výstava pro celou rodinu, která spojuje originální zážitky s kulturou a sportem. Výstava spojovala zábavu, historii, sportovní znalosti a zdůrazňovala význam fair play a týmové práce. (Výroční zpráva, 2020)

V rámci projektu **Udržitelnost projektu Plzeň – EHMK 2015** udržuje zapsaný ústav Plzeň 2015 trvale několik projektů (**BLIK BLIK**, Evropský den sousedů, Barokní kulturní události, Treffpunkt, Open A.i.R.). Kromě projektů tam patří i některé spolky a skupiny,

které působí dodnes. Patří sem Klub strážných andělů, Skryté město a Pěstuj prostor. (Výroční zpráva, 2020)

Plzeň 2015 se podílela na doprovodném programu projektu **Barokní region Čechy Bavorsko, reg. č. 153**, s cílem popularizace barokních památek v kraji. (Výroční zpráva, 2020)

Projekt **Kultur / Kontakt / Kreativ, reg. č. 274** je součástí festivalu Treffpunkt: Kontakt, konajícího se 7. a 8. února 2020 s velmi rozmanitým programem bavorských a českých umělců zahrnující tradiční i moderní hudbu, výtvarné umění, fotografii, film a design. Součástí festivalu byly i workshopy pro děti a dospělé nebo networkingová setkání českých a bavorských studentů umění a designu. (Výroční zpráva, 2020)

### **2.2.3 Investiční dotace**

Investiční dotace jsou dotace, které jsou poskytované z úrovně státu, z krajské úrovně nebo z úrovně obcí. Zmíněné investiční dotace jsou součástí fungování neziskových organizací. Dotace jsou využívány pro pořízení dlouhodobého hmotného, nehmotného majetku a technického zhodnocení. Použitím dotace se snižuje ocenění majetku. Jedná se o investiční náklady, které vstupují do pořizovací ceny dlouhodobého majetku a vedlejší náklady na jeho pořízení.

DEPO2015 každým rokem využívá investiční dotace v rámci nějakého projektu od určitých poskytovatelů na konkrétní majetek. Jedná se hmotný či nehmotný majetek. Investiční dotace je čerpána z dotací v rámci určitého projektu.

V *Tabulkách 4 až 6* jsou vyobrazeny investiční dotace od roku 2018 do roku 2020, které DEPO2015 čerpalo, z jakého projektu byla investiční dotace čerpána, v jaké výši a jaký byl účel jeho použití, respektive na jaký hmotný či nehmotný majetek byla dotace použita.

Tabulka 4 - Přehled investičních dotací za rok 2018 (v Kč)

Poskytovatel	Částka v Kč	Účel
Statutární město Plzeň – Tržnice DEPO	1 200 000,00	Osvětlení („Slunečnic“) od Maxima Velčovského, postavení „Skleníku“, vzduchotechnické vybavení Tržnice a technické zhodnocení kontejnerů
Statutární město Plzeň – individuální dotace	400 000,00	Mobilní zakrývací podlaha
EÚS – projekt Barokní region Čechy Bavorsko, reg. č. 153	174 000,00	Projektor, exponát Kolotoč a jeho okolí

Zdroj: výroční zpráva (2018)

Tabulka 5 - Přehled investičních dotací za rok 2019 (v Kč)

Poskytovatel	Částka v Kč	Účel
Statutární město Plzeň – provozní dotace	750 000,00	Zvuková aparatura
EÚS – projekt Barokní region Čechy Bavorsko, reg. č. 153	307 000,00	Licence k přehrání skladby Sonáta Gdur B WV a multimediální obsah výstavy Za barokem
EÚS – projekt Kultur/Kontakt/Kreativ, reg. č. 274	380 000,00	Výstup rezidenčního pobytu – mobilní trakař k umístění TV
Evropská unie – Cena Meliny Mercouri	115 000,00	Umělecké dílo KIKIHÁKY II. od Michal Škapy a zhodnocení uměleckého díla Pocta bednářům od Benedikta Tolara

Zdroj: výroční zpráva (2019)

Tabulka 6 - Přehled investičních dotací za rok 2020 (v Kč)

Poskytovatel	Částka v Kč	Účel
EÚS – projekt Kultur/Kontakt/Kreativ, reg. č. 274	343 000,00	Stretchový stan FreeForm tent
Plzeňský kraj	80 000,00	Soubory krátkých hraných videí o historii DEPO2015

Zdroj: výroční zpráva (2020)

Všechny zmíněné investiční dotace byly poskytnuty od Statutárního města Plzeň, Plzeňského kraje, EÚS nebo Evropské unie. V *Tabulce 7* je vytvořen přehled o tom,



v jaké celkové konkrétní výši byla investiční dotace v daném roce od jednotlivých poskytovatelů investována.

Tabulka 7 - Celkový přehled investičních dotací za rok 2018-2020 (v Kč)

Poskytovatel	Rok 2018	Rok 2019	Rok 2020
Statutární město Plzeň	1 600 000,00	750 000,00	-
Plzeňský kraj	-	-	80 000,00
EÚS	174 000,00	687 000,00	343 000,00
Evropská unie	-	115 000,00	-

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Největší částky poskytlo Statutární město Plzeň, nejmenší naopak Plzeňský kraj. Z celkového přehledu investičních dotací lze říct, že největší příjem vykazovalo DEPO2015 v roce 2018, velký rozdíl je zejména proti roku 2020. Bylo to způsobeno koronavirovou pandemií, protože mnoho akcí, které byly naplánované, nemohly být z důvodu pandemie zrealizovány. Proto musela být příslušná část dotací buď vrácena, nebo jí DEPO2015 vůbec neobdrželo.

#### 2.2.4 Dary

V roce 2018 DEPO2015 obdrželo dar od společnosti ČEZ z jeho nadačního programu Nadace ČEZ. Tento dar byl použit na realizaci projektu BLIK BLIK. Dar byl ve výši **70 000,00 Kč**. (Výroční zpráva, 2018)

V roce 2019 zapsaný ústav získal dar od Velvyslanectví SRN opět na realizaci projektu BLIK BLIK v celkové výši **26 000,00 Kč**. (Výroční zpráva, 2019)

V roce 2019 a 2020 Nadace VIA věnovala ústavu nadační příspěvek na realizaci projektu Evropský den sousedů 2019, 2020. V roce 2019 dar byl poskytnut ve výši **40 000,00 Kč** a v roce 2020 byl **30 000,00 Kč**. (Výroční zpráva, 2019,2020)

V roce 2020 Statutární město Plzeň poskytlo dar ve výši **283 000,00 Kč** bez účelového určení, který však nebyl v témže roce vyčerpán. (Výroční zpráva, 2020)

Každým rokem obdrží zapsaný ústav také dar od společnosti Plzeňský Prazdroj z jeho nadačního programu Prazdroj lidem. Dar je použit na realizaci projektu BLIK BLIK.

V roce 2018 DEPO2015 získalo dar ve výši **500 000,00 Kč** a v roce 2019 činil dar **450 000,00 Kč**. Výjimkou byl rok 2020, kdy byl tento projekt z důvodu koronavirové pandemie přetransformován na projekt BLIK BLIK\_Digitální hřiště. Část obdržené dotace ve výši **455 000,00 Kč** byla použita na vlastní projekt a zbylá část prostředků ve výši **5 000,00 Kč** byla použita na vzdělávání zaměstnanců. Tato částka byla čerpána až v roce 2021. (Výroční zpráva, 2018, 2019, 2020)

V *Tabulce 8* je uveden celkový přehled darů, jaké v daném roce, v jaké výši a od jakého sponzora DEPO2015 obdrželo.

Tabulka 8 - Celkový přehled darů za rok 2018-2020 (v Kč)

Poskytovatel	Rok 2018	Rok 2019	Rok 2020
ČEZ, a.s.	70 000,00	-	-
Velvyslanectví SRN	-	26 000,00	-
Nadace VIA	-	40 000,00	30 000,00
Statutární město Plzeň	-	-	283 000,00
Plzeňský Prazdroj, a.s.	500 000,00	450 000,00	455 000,00

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Nejvíce daroval Plzeňský Prazdroj, a.s. a zároveň nejvíce financovaný projekt byl BLIK BLIK – festival světla a umění ve veřejném prostoru.

### 2.2.5 Firemní fundraising

Každým rokem DEPO2015 prodlužuje spolupráce s místními firmami či navazuje nová partnerství. Jedná se především o soukromé sponzory, kteří podporují zapsaný ústav finančními prostředky nebo materiálními příspěvky.

Mezi každoroční partnery lze zařadit: BOHEMIA SEKT, s.r.o., BOELS Česká republika, s.r.o., InterCora, spol. s r.o., MAKRO Cash & Carry ČR, s.r.o., Hannah a VSP Auto, s.r.o. (Výroční zpráva, 2018, 2019, 2020)

V roce 2018 sponzorovali DEPO2015 navíc tyto partneři: Česká spořitelna, a.s., Vienna House Easy Pilsen, Keramika Soukup, a.s. (Výroční zpráva, 2018)

V roce 2020 se mezi sponzorské partnery DEPO2015 zařadili: Hannah, Plzeňská teplárenská, Polský institut, HET, Graffneck a Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara ZČU. (Výroční zpráva, 2020)

Tabulka 9 ukazuje veškerý přehled sponzorů v období 2018-2020, od kterých DEPO205 obdrželo peněžní prostředky (v přibližné hodnotě) nebo poskytnuté slevy či movité věci (v konkrétní hodnotě).

Tabulka 9 - Přehled sponzorů za rok 2018-2020 (v Kč)

Sponzor	Účel	Částka v Kč
BOHEMIA SEKT, s.r.o.	Sekt	30 000,00
BOELS Česká republika, s.r.o.	Poskytnuté slevy na služby – vysokozdvížné plošiny, elektrocentrály	150 000,00 – 180 000,00
InterCora, spol. s r.o.	Peněžní prostředky	50 000,00 – 100 000,00
MAKRO Cash & Carry ČR, s.r.o.	Peněžní prostředky a poukázky na nákup	30 000,00
VSP Auto, s.r.o.	Peněžní prostředky	10 000,00
Česká spořitelna, a.s.	Peněžní prostředky	30 000,00
Vienna House Easy Pilsen	Ubytování	50 000,00 – 100 000,00
Keramika Soukup, a.s.	Materiál	25 000,00
Hannah	Peněžní prostředky, oblečení	100 000,00
Plzeňská teplárenská	Peněžní prostředky	100 000,00
Polský institut	Platba umělce	40 000,00
HET	Poskytnuté slevy na produkty (barvy)	40 000,00
Graffneck	Poskytnuté slevy na produkty (spreje)	15 000,00
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara ZČU	spolupráce	0,00

Zdroj: výroční zpráva (2018-2020), zpracováno autorkou

### 2.2.6 Příjmy z vlastní činnosti – samofinancování

Dotace, dary a firemní sponzoři jsou důležití aktéři pro fungování fundraisingu v neziskové organizaci. Finanční prostředky pro svoje působení získávají neziskové organizace i vlastní činností neboli samofinancováním.

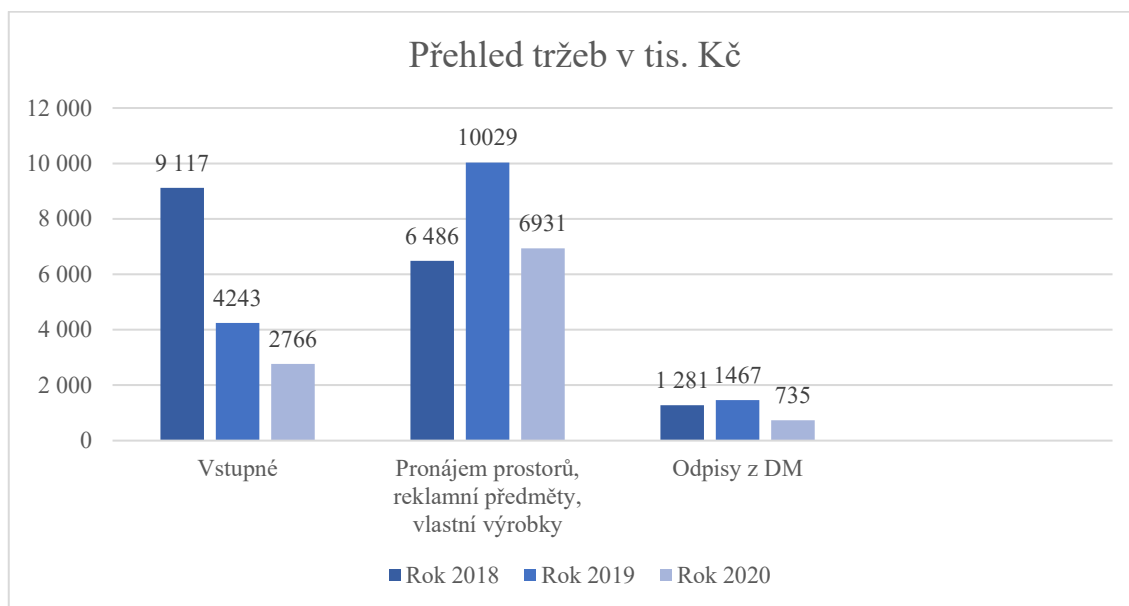
Příjmy z vlastní činnosti tvoří pro DEPO2015 důležitou složku, díky níž může fungovat a není závislé jen na dotacích, příspěvcích a darech. Tyto příjmy jsou získávány z hlavní a vedlejší činnosti, kterou zapsaný ústav provozuje. Samofinancování napomáhá k lepšímu udržení finančních prostředků a ke zlepšení finanční situace.

Finanční prostředky, které zapsaný ústav získává v rámci hlavní činnosti, jsou především tržby ze vstupného, které za rok 2018 činily **9 117 000,00 Kč**, v roce 2019 byly **4 243 000,00 Kč** a v posledním roce 2020 činily **2 766 000,00 Kč**. (Výroční zpráva, 2018, 2019, 2020)

Další tržby plynou z vedlejší činnosti zapsaného ústavu. Mezi ně patří poskytované služby, spojené s pronájmy prostor a prodejem reklamních předmětů či vlastních výrobků. Tyto vedlejší tržby činily v roce 2018 **6 486 000,00 Kč**, v roce 2019 to bylo **10 029 000,00 Kč** a za rok 2020 pak **6 931 000,00 Kč**. Posledním výnosem jsou výnosy z odpisů dlouhodobého majetku, který je financován z poskytnutých investičních dotací. V roce 2018 to bylo **1 281 000, 00 Kč**, v roce 2019 činily výnosy **1 467 000,00 Kč** a v roce 2020 byly tyto výnosy ve výši **735 000, 00 Kč**. (Výroční zpráva, 2018, 2019, 2020)

*Graf 1* popisuje výnosy v období 2018-2020. Razantní rozdíly ve výnosech jsou způsobeny koronavirovou pandemií v roce 2020.

Graf 1 - Přehled tržeb za rok 2018-2020 (v tis. Kč)



Zdroj: výroční zpráva (2018-2020), zpracováno autorkou

### 2.2.7 Analýza nákladů

Zpočátku byl popsán kladný příjem DEPO2015. Zapsaný ústav však nedisponuje jen s výnosy (příjmy), má však i mnoho nákladů (výdajů).

Výnosy, které DEPO2015 každým rokem obdrží a získá však nejsou uvedeny v plné hodnotě. Jsou sníženy o náklady, které musí být vynaloženy, aby určité projekty fungovaly tak, jak jsou zamýšleny, aby se mohly zrealizovat navržené expozice, aby proběhl určitý program, naplánovaný pro konkrétní období. Zároveň se pro tyto všechny činnosti musí zaměstnávat interní zaměstnanci a najímat externisté, kteří jsou samozřejmě nákladem daného zapsaného ústavu.

Data, která jsou popsána, jsou čerpána z Výkazu zisku a ztrát. Podobně jako u výnosů, tak i náklady se dělí na hlavní a vedlejší činnost, kterou DEPO2015 provozuje.

Důležitou složkou nákladů jsou spotřebované nákupy a nakupované služby. Mezi tento oddíl spadá spotřeba materiálu, energie, opravy a údržba, náklady na cestovné, náklady na reprezentaci a ostatní služby. Tyto náklady jsou spojené s provozem DEPO2015. (Výroční zpráva, 2018, 2019, 2020)

Součástí výkazu zisku a ztrát je vyobrazení změny stavu zásob vlastní činností. (Výroční zpráva, 2018, 2019, 2020)

Náklady, které jsou vynaloženy na zaměstnance, se nazývají osobní náklady. Mezi tyto náklady patří především mzdové náklady, zákonné sociální pojištění a zákonné sociální náklady. (Výroční zpráva, 2018, 2019, 2020)

Další složkou nákladů jsou daně, poplatky a ostatní náklady. Mezi ostatní náklady se řadí smluvní pokuty, úroky z prodlení, ostatní pokuty a penále, odpisy nedobytné pohledávky, nákladové úroky, kurzové ztráty a jiné ostatní náklady. (Výroční zpráva, 2018, 2019, 2020)

Podstatnou složkou nákladů jsou i odpisy z dlouhodobého majetku, prodaný materiál, tvorba a použití rezerv a opravných položek, poskytnuté členské příspěvky a příspěvky zúčtované mezi organizačními složkami a daň z příjmů. (Výroční zpráva, 2018, 2019, 2020)

V *Tabulce 10* a *11* jsou zobrazeny náklady hlavní činnosti a náklady vedlejší činnosti. Součástí tabulek je celková částka výnosů za každý rok a výsledek hospodaření před zdaněním.

Tabulka 10 - Analýza nákladů pro hlavní činnost za rok 2018-2020 (v tis. Kč)

<b>Hlavní činnost</b>	<b>Rok 2018</b>	<b>Rok 2019</b>	<b>Rok 2020</b>
Spotřebované nákupy	17 650	17 188	13 635
Změna stavu zásob vlastní činnosti a aktivace	- 9	-25	0
Osobní náklady	15 693	15 407	12 153
Daně a poplatky	6	16	7
Ostatní náklady	651	1 034	832
Odpisy, prodaný majetek	2 581	1 995	1 406
Poskytnuté členské příspěvky	3	2	3
<b>Náklady celkem</b>	<b>36 575</b>	<b>35 617</b>	<b>28 036</b>
<b>Výnosy celkem</b>	<b>36 211</b>	<b>31 548</b>	<b>25 132</b>
<b>Výsledek hospodaření před zdaněním</b>	<b>-364</b>	<b>-4 069</b>	<b>- 2 904</b>

Zdroj: výroční zpráva (2018, 2019, 2020)

Tabulka 11 - Analýza nákladů pro vedlejší činnost za rok 2018-2020 (v tis. Kč)

Vedlejší činnost	Rok 2018	Rok 2019	Rok 2020
Spotřebované nákupy	4 146	3 409	3 444
Změna stavu zásob vlastní činnosti a aktivace	9	5	6
Osobní náklady	1 784	2 430	1 544
Daně a poplatky	6	1	12
Ostatní náklady	12	17	71
Odpisy, prodaný majetek	561	168	337
Daň z příjmů	212	62	275
<b>Náklady celkem</b>	<b>6 730</b>	<b>6 092</b>	<b>5 689</b>
<b>Výnosy celkem</b>	<b>7 276</b>	<b>10 290</b>	<b>9 651</b>
<b>Výsledek hospodaření před zdaněním</b>	<b>758</b>	<b>4 260</b>	<b>4 237</b>

Zdroj: výroční zpráva (2018, 2019, 2020)

Z vyčíslených výsledků hospodaření je zřejmé, že v rámci hlavní činnosti se DEPO2015 pohybuje ve ztrátě, tedy v záporných hodnotách. Naopak v rámci vedlejší činnosti se zapsaný ústav pohybuje v zisku, tedy v kladných hodnotách.

## 2.3 Fundraising v DEPO2015

Fundraising v DEPO2015 je postaven především na **partnerství a donátorství**. V rámci fundraisingu a fungování DEPO2015 jsou tyto dva pojmy velmi důležité. Z počátku bude definován pojem partnerství a donátorství a poté konkrétní firmy a společnosti, které jsou partnery či donátory DEPO2015.

### 2.3.1 Partnerství

Partnerství lze definovat jako dlouhodobý vzájemný vztah dvou obchodních stran, jedná se tedy i o spolupráci. Konkrétní projekty mají své partnery. Díky podpoře těchto partnerských firem se může konat mnoho akcí.

DEPO2015 má mnoho partnerů, ale jen pár z nich jsou opravdu dlouhodobí, kteří poskytují podporu každým rokem. Mezi ty každoroční partnery patří: BOHEMIA SEKT, s.r.o., BOELS Česká republika, s.r.o., InterCora, spol. s r.o., MAKRO Cash & Carry ČR, s.r.o. a VSP Auto, s.r.o.

Stálý partner BOHEMIA SEKT, s.r.o. každým rokem daruje alkohol v konkrétní výši a množství tak, aby všechny akce, které se v DEPO2015 budou konat, byly dostatečně pokryty. BOELS Česká republika, s.r.o. naopak napomáhá v poskytování technických služeb ve formě vysokozdvizných plošin nebo elektrocentrál, které se používají například při přesunu různých expozic. MAKRO Cash & Carry ČR, s.r.o. poskytuje finanční podporu anebo poukázky na nákup. InterCora, spol. s r.o. poskytuje každoroční finanční podporu na projekt festivalu Treffpunkt: Kontakt. A posledním dlouhodobým partnerem je Hannah, který poskytuje také finanční prostředky, kdy část financí je použita na projekt Noční běh pro Světlušku, festival světla BLIK BLIK nebo expozici BLIK BLIK\_Digitální hřiště. Zbývající část je využita i na jiné projekty.

Ne všechny firmy, které se staly partnerem DEPO2015, byly zahrnuty do dlouhodobé spolupráce, ale staly se partnerem z důvodu podpory na konkrétní projekt. Takovým příkladem je například Česká spořitelna, a.s., která poskytla finanční prostředky v roce 2018 na vybudování expozice „Jak se točí peníze“. Nebo společnost Plzeňská teplárenská, a.s., která v rámci projektu WALLZ – Pilsen Street Art Festival poskytla budovy, které mohly být pomalovány.

Spolupráci s DEPO2015 navázala i Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara, která je součástí Západočeské univerzity v Plzni. Forma spolupráce není ve formě finančních prostředků, ale spíše v personální podobě, kdy studenti vykonávají různé praxe v DEPO2015, nebo se zaměstnanci DEPO2015 spolupracují na některém z konkrétních projektů.

### **2.3.2 Donátorství**

Donátorství spočívá v dobrovolném poskytování darů v rámci nějakého projektu, často opakovaně.

Mezi nejvýznamnější donátory patří Statutární město Plzeň, Ministerstvo kultury a Plzeňský kraj. Tito donátoři poskytují každým rokem určitou finanční podporu v rámci konkrétního projektu.



Za donátory lze považovat i firmy, které na různé akce finančně přispívají nebo poskytují materiální dary. Jako příklad donátorství lze uvést konkrétní příklad z DEPO2015. Jedná se o projekt WALLZ – Pilsen Street Art Festival. Donátoři, kteří se toho projektu zúčastňují, jsou například HET nebo Graffneck. Za donátory je lze označit z důvodu, že DEPO2015 poskytují spreje a barvy na pomalování zdí. Donátorství ale není v DEPO2015 tak rozšířené jako partnerství.

## 2.4 Nynější fundraisingové zdroje a metody DEPO2015

Zdroje a způsoby získávání finančních prostředků neziskových organizací byly teoreticky přiblíženy v kapitole 1.8 *Fundraising a zdroje financování neziskových organizací*. Tato kapitola bude zaměřena na fundraisingové zdroje a metody, které DEPO2015 využívá.

### 2.4.1 Fundraisingové zdroje

Hlavním a nejdůležitějším příjmem jsou pro DEPO2015 příjmy dotací, a to od **veřejné správy**, která poskytuje finanční příspěvky z veřejného rozpočtu na podporu kultury, životního prostředí, udržitelného rozvoje a zahraničních aktivit.

Každým rokem DEPO2015 obdrží provozní dotaci od Statutárního města Plzeň, která se pohybuje v rozmezí od 10 mil. Kč do 15 mil. Kč. Statutární město Plzeň však neposkytuje jen provozní dotaci, ale poskytuje finanční prostředky na předem stanovené projekty. Dalšími podporovateli, které DEPO2015 má, jsou Úřady městských obvodů města Plzně, Plzeňský kraj, Ministerstvo kultury ČR, Evropská unie a Česko německý fond.

DEPO2015 získává finanční podporu v rámci přeshraniční spolupráce ČR – Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014-2020.

Další zdroj, který je součástí finančních prostředků DEPO2015, jsou příjmy od **firem**, které DEPO2015 podporují, a to buď materiálně, finančně nebo formou různých výhod, například poskytnutými slevami z nákupů apod. Jedná se o poskytnutý dar či sponzoring. Mezi každoroční partnery lze zařadit: BOHEMIA SEKT, s.r.o., BOELS Česká republika, s.r.o., InterCora, spol. s r.o., MAKRO Cash & Carry ČR, s.r.o. a VSP Auto, s.r.o.

DEPO2015 obdrželo finanční prostředky od 2 **nadací** z jejich nadačních programů. Mezi tyto nadace patří: Nadace ČEZ, Nadace VIA. ČEZ poskytla finanční dar z nadačního programu Nadace ČEZ a Nadace VIA darovala financí na projekt Evropský den sousedů.

Poslední finanční prostředky, které DEPO2015 získává, jsou v rámci **vlastní činnosti** neboli **samofinancování**. V rámci fungování DEPO2015 se jedná především o tržby získané ze vstupného z různých akcí, workshopů, koncertů, programů. Nedílnou součástí příjmů jsou i příjmy ze služeb, a to z pronájmů.

#### **2.4.2 Fundraisingové metody**

Mezi nejhlavnější a nejpoužívanější fundraisingové metody patří vytváření projektů, sepsání žádosti o grant či dotaci a Internet. **Dotace** jsou pro DEPO2015 nejdůležitější metodou pro jeho fungování, je na nich přímo závislé. Nejčastěji poskytují dotace Statutární město Plzeň, Plzeňský kraj a Úřady městských obvodů města Plzně. Další podstatná metoda fundraisingu DEPO2015 je **Internet**. Internet slouží k propagování různých aktivit, které DEPO2015 pořádá nebo na kterých se podílí. Cílem je rozšířit povědomí o fungování DEPO2015 a zvýšení návštěvnosti. Propagace pomocí Internetu má také zaujmout budoucí firmy, které by se mohly stát partnery, donátory či sponzory DEPO2015 a napomohly by tak k vylepšení jeho fungování.

### **2.5 Návrh fundraisingového plánu DEPO2015**

Pro rok 2022 bude vytvořen návrh fundraisingového plánu DEPO2015. Návrh bude zahrnovat celkový plán společnosti a blíže bude popsán na základě 5 projektů, které jsou pro DEPO2015 nejvíce prosperující. Mezi tyto hlavní projekty patří festival světla BLIK BLIK, WALLZ – Pilsen Street Art Festival, Evropský den sousedů a Plzeň Design Week. Následně bude návrh doplněn konkrétními doporučeními, a nakonec bude vytvořeno vyhodnocení fundraisingového plánu.

#### **2.5.1 Celkový návrh fundraisingového plánu**

Celkový návrh společnosti bude připraven ve 3 variantách. První bude realistická, druhá optimistická a třetí pesimistická.

##### **Realistická varianta**

Realistická varianta návrhu zahrnuje veškeré projekty, akce, výstavy, workshopy, které se v roce 2022 budou konat. Byl vytvořen harmonogram pro rok 2022, jehož součástí jsou interaktivní expozice, výstavy výtvarného umění, venkovní výstavy a akce.

## Harmonogram pro rok 2022:

- **leden** – bude se konat Festival KUK, který je určen především pro děti od 10 měsíců do 3 let a zároveň se uskuteční výstava výtvarného umění Quatro formi;
- **únor** – bude představena nová interaktivní expozice Vzhůru do oblak, výstava výtvarného umění Fakulty designu a umění Ladislava Sutnara a bude se konat i vernisáž Vzhůru do oblak;
- **březen** – bude ve znamení interaktivní expozice Vzhůru do oblak, výstavy výtvarného umění Rezidence BLIK BLIK a měsíc bude zakončen venkovní výstavou a velmi známou akcí festival světla BLIK BLIK;
- **duben** – bude velmi podobný březnovému měsíci, dále bude probíhat interaktivní expozice Vzhůru do oblak a výstava výtvarného umění Rezidence BLIK BLIK;
- **květen** – interaktivní expozice Vzhůru do oblak, Anna Arnetová s Petrem Kozlem budou mít výstavu výtvarného umění a bude se konat Evropský den sousedů;
- **červen** – interaktivní expozice Vzhůru do oblak, uskuteční se velmi známá výstava WALLZ, jako venkovní výstava bude proběhne výstava nábytku a soch Fakulty designu a umění Ladislava Sutnara a červnové akce vyvrcholí akcí WALLZ: Pilsen Street Art Festival;
- **červenec** – interaktivní expozice Vzhůru do oblak, opět bude výtvarná výstava umění WALLZ, bude pokračovat i venkovní výstava nábytku a soch Fakulty designu a umění Ladislava Sutnara a jako akce měsíce se uskuteční DEPO v LETU;
- **srpen** – stále bude otevřená interaktivní expozice Vzhůru do oblak, bude uspořádaná umělecká beseda WALLZ a dále bude probíhat i výstava nábytku a soch Fakulty designu a umění Ladislava Sutnara;
- **září** – vznikne nová interaktivní expozice Písmohraní, Ondřej Býna bude mít výstavu s animacemi a budou se konat akce Svět knihy, Mezinárodní festivalové divadlo a Fotofest;
- **říjen** – interaktivní expozice Písmohraní, Plzeň Design Week se stane výstavou výtvarného umění a budou probíhat DEPO street food markety a koncerty;
- **listopad** – interaktivní expozice Písmohraní, Plzeň Design Week a dále také Juniorfest a další koncerty;
- **prosinec** – rok bude zakončen interaktivní expozicí Písmohraní, Plzeň Design Week, řadou maturitních plesů a komerčními pronájmy prostor.

Aby mohl být naplněn harmonogram pro rok 2022, musí být vytvořen jeho finanční plán. *Tabulka 12* ukazuje, jaké finanční prostředky bude potřeba získat pro úplné fungování zapsaného ústavu.

Tabulka 12 - Přehled finančních prostředků v realizační varianta pro rok 2022 (v Kč)

Zdroj	Účel	Částka v Kč
<b>Dotace</b>		
Statutární město Plzeň	Provozní dotace	13 900 000,00
Úřad městského obvodu Plzeň 1, 2, 3 a 4	Festival WALLZ + BLIK BLIK	210 000,00
Plzeňský kraj	Udržitelnost EHMK	2 100 000,00
Ministerstvo kultury ČR	Festival WALLZ	405 000,00
Česko německý fond budoucnosti	Festival WALLZ	58 000,00
Cíl EÚS	Kultur   Kontakt   Kreativ	1 145 000,00
Cíl EÚS – dispoziční fond	RE:START	445 000,00
Visegrad fund	V4 Digital Art Melting Pot	1 000 000,00
<b>Partnerství a donátorství</b>		
Dary		10 000,00
Firemní fundraising		500 000,00
<b>Příjmy z vlastní činnosti</b>		
Vstupné		2 600 000,00
Pronájem prostorů, reklamní předměty, vlastní výrobky		9 000 000,00
<b>Celkem</b>		<b>31 373 000,00</b>

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

### Optimistická varianta

Optimistická varianta vychází z realistické varianty a předpokládá, že koronavirová omezení skončí a DEPO2015 bude fungovat tak, jako před koronavirovou pandemií. Lze tedy předpokládat, že finanční prostředky se budou dále zvyšovat, počet návštěvníků poroste a provoz DEPO2015 se bude celkově zlepšovat. *Tabulka 13* představuje přehled finančních prostředků v optimistické variantě pro následující rok.

Tabulka 13 - Přehled finančních prostředků v optimistické variantě pro rok 2022 (v Kč)

Zdroj	Účel	Částka v Kč
<b>Dotace</b>		
Statutární město Plzeň	Provozní dotace	15 300 000,00
Úřad městského obvodu Plzeň 1, 2, 3 a 4	Festival WALLZ + BLIK BLIK	310 000,00
Plzeňský kraj	Udržitelnost EHMK	2 100 000,00
Ministerstvo kultury ČR	Festival WALLZ	405 000,00
Cíl EÚS	Kultur   Kontakt   Kreativ	1 145 000,00
Cíl EÚS – dispoziční fond	RE:START	445 000,00
Visegrad fund	V4 Digital Art Melting Pot	1 000 000,00
<b>Partnerství a donátorství</b>		
Dary		150 000,00
Firemní fundraising		750 000,00
<b>Příjmy z vlastní činnosti</b>		
Vstupné		3 600 000,00
Pronájem prostorů, reklamní předměty, vlastní výrobky		11 000 000,00
<b>Celkem</b>		<b>36 205 000,00</b>

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

### Pesimistická varianta

Pesimistická varianta vychází také z realistické varianty, ale v tomto případě se bere v úvahu předpoklad, že koronavirová situace neskončí, takže činnost DEPO2015 může být ovlivněna nejrůznějšími opatřeními a na jeho provoz bude mít vliv i vzniklá válka v Evropě mezi Ukrajinou a Ruskem. *Tabulka 14* zohledňuje všechny dané situace, které mohou nastat vzhledem k finančním prostředkům.

Tabulka 14 - Přehled finančních prostředků v pesimistické variantě pro rok 2022 (v Kč)

Zdroj	Účel	Částka v Kč
<b>Dotace</b>		
Statutární město Plzeň	Provozní dotace	15 300 000,00
Úřad městského obvodu Plzeň 1, 2, 3 a 4	Festival WALLZ + BLIK BLIK	110 000,00
Plzeňský kraj	Udržitelnost EHMK	2 100 000,00
Ministerstvo kultury ČR	Festival WALLZ	0,00
Cíl EÚS	Kultur   Kontakt   Kreativ	1 145 000,00
Cíl EÚS – dispoziční fond	RE:START	445 000,00
<b>Partnerství a donátorství</b>		
Dary		50 000,00
Firemní fundraising		350 000,00
<b>Příjmy z vlastní činnosti</b>		
Vstupné		2 200 000,00
Pronájem prostorů, reklamní předměty, vlastní výrobky		7 500 000,00
<b>Celkem</b>		<b>29 200 000,00</b>

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

## 2.5.2 Projekty

Následující projekty jsou pro DEPO2015 nejvíce prosperující. Jednotlivé projekty jsou nejdříve popsány a poté vytvořen i rozpočet pro každý jednotlivý projekt.

### **Festival světla BLIK BLIK**

Projekt festival světla BLIK BLIK je od roku 2014 tradiční každoroční akcí, která se koná v březnu. Projekt nabízí přibližně 15 zastavení s interaktivními světelnými exponáty, které se nachází v různých částech města na trase dlouhé přibližně 2,5 km. Na přípravě expozic se podílejí umělci z celého světa.

Cílem projektu je představit a zaujmout novými interaktivními světelnými expozicemi, které nejsou běžně k vidění. Zároveň je cílem expozice aktivní práce s veřejným prostorem Plzně, prodloužení turistické sezóny a uspořádání výrazné akce s mezinárodní účastí přesahující význam regionu.

Festival světla BLIK BLIK podpoří i charitativní akci: Běh pro Světlušku. Vybraná částka bude použita na pomoc těžce zrakově postiženým. Součástí projektu bude také pořádání workshopů pro děti.

Vzhledem k tomu, že se jedná o vlastní projekt DEPO2015, bude akce financována přímo ústavem. Část prostředků bude získána ze vstupného, ale kromě toho DEPO2015 obdrží také grant od nadace Prazdroj lidem a projekt bude i spolufinancován za účasti Hannah, České spořitelny, Statutárního orgánu a Úřadu městského obvodu města Plzně 1. Svou pomocí přispějí i dobrovolníci při konání celého festivalu světla.

Rozpočet, který je vytvořen pro následující období tohoto projektu je v *Tabulce 15*.

Tabulka 15 - Rozpočet na projekt BLIK BLIK na rok 2022 (v Kč)

<b>Finanční prostředky</b>	<b>Částky celkem v Kč</b>
Provozní dotace	400 000,00
Plzeňský kraj	150 000,00
Vstupné	400 000,00
Nadace Prazdroj lidem	500 000,00
Sponzoring	250 000,00
<b>Celkem</b>	<b>1 700 000,00</b>

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

## **WALLZ – Pilsen Street Art Festival**

Projekt WALLZ byl vymyšlen v roce 2020 a již se stal každoroční tradicí. Odehrává se v třetím červnovém týdnu. Na vybraných místech v Plzni je možno se setkat s umělci, kteří sprejují a malují na zdi budov či přímo na ulici. Součástí projektu je i vernisáž, která tento projekt doprovází. Závěrečná akce s vernisáží probíhá v prostorech DEPO2015. V minulých letech na tomto projektu pracovali například legenda české graffiti Jan Kaláb nebo kanadský umělec s českými kořeny David Strauzz. Nepůsobí zde jen čeští umělci, ale i polští, rakouští či němečtí umělci.

Smyslem celého festivalu je vytvořit prostředí pro debatu o umění ve veřejném prostoru a ukázat možnosti jeho realizace a jeho vliv na okolí, tj. jak umění napomáhá k péči o toto prostředí a zvyšuje hodnoty pro obyvatele.

Projekt bude financován DEPO2015. Zároveň obdrží dotace od Ministerstva kultury ČR, Úřadu městského obvodu města Plzně 1, 3 a 4. Sponzorem projektu je Plzeňská teplárenská, HET a Graffneck. Součástí rozpočtu jsou finanční prostředky získané od zahraniční ambasády, protože se na projektu podílí i zahraniční umělci. Na tomto projektu budou spolupracovat studenti z FDU Ladislava Sutnara ZČU.

Rozpočet, který je vytvořen pro následující období tohoto projektu je v *Tabulce 16*.

Tabulka 16 - Rozpočet na projekt WALLZ na rok 2022 (v Kč)

<b>Finanční prostředky</b>	<b>Částky celkem v Kč</b>
Provozní dotace	215 000,00
Ministerstvo kultury ČR	400 000,00
Úřad městského obvodu města Plzně 1, 3, 4	60 000,00
Plzeňská teplárenská	100 000,00
Zahraníční ambasády	25 000,00
<b>Celkem</b>	<b>800 000,00</b>

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

## **Evropský den sousedů**

Tento projekt patří mezi nejstarší projekty svázané s EHMK 2015. Jedná se o komunitní festival. Projekt se koná v květnových dnech a do projektu se zapojuje od 4 do 8 neziskových organizací, kdy každá pořádá celodenní program v místě svého působení.



Do projektu se zapojují i organizátoři sousedských večerů, kteří vaří pro své sousedy z blízkého okolí. Součástí akce jsou i hudební kapely, workshopy tanečních skupin a dětská divadelní představení. Zároveň jsou součástí projektu i pořádané prohlídky Skrytým městem.

Jedná se přímo o vlastní projekt DEPO2015 a bude tak projekt podporovat vlastními finančními prostředky. Zároveň dostane grant od Nadace Via a sponzorem se stane MAKRO Cash & Carry ČR, s.r.o.

Kromě finančních prostředků obdrží od Plzeňského Prazdroje balení piv Gambrinus. Partnery projektu budou i Plzeňské služby a Sylván, a.s., kteří napomáhají s rozšířením informací o dané akci. Prohlídky města Plzně budou realizovány ve spolupráci se spolkem Skrytá Plzeň.

Rozpočet, který je vytvořen pro následující období tohoto projektu je v *Tabulce 17*.

Tabulka 17 - Rozpočet na projekt Evropský den sousedů na rok 2022 (v Kč)

<b>Finanční prostředky</b>	<b>Částky celkem v Kč</b>
Plzeňský kraj	60 000,00
Nadace Via	30 000,00
MAKRO Cash & Carry ČR, s.r.o.	30 000,00
<b>Celkem</b>	<b>120 000,00</b>

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

### **Plzeň Design Week**

Projekt se uskutečňuje v listopadových dnech. Cílem festivalu je rozšířit povědomí o designu a rozšířit hranice vnímání nejen místních obyvatel, ale i přespolních návštěvníků, přispět k porozumění a k objevování designu v nejběžnějších věcech. Projekt je zacílen na širokou cílovou skupinu. Součástí projektu jsou různé prohlídky a diskuse, workshopy a přednášky.

Projekt je zaměřen i na prodejní přehlídku, které se zúčastňují prodejci z České republiky i ze zahraničí.

Vlastní projekt DEPO2015 bude financován vlastními finančními prostředky. Na tomto projektu DEPO2015 úzce spolupracuje s Fakultou designu a umění Ladislava Sutnara ZČU.

Rozpočet, který je vytvořen pro následující období tohoto projektu je v *Tabulce 18*.

Tabulka 18 - Rozpočet na projekt Plzeň Design Week na rok 2022 (v Kč)

<b>Finanční prostředky</b>	<b>Částky celkem v Kč</b>
Plzeňský kraj	170 000,00
Sponzor	30 000,00
<b>Celkem</b>	<b>200 000,00</b>

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

### **2.5.3 Další navrhovaná doporučení**

DEPO2015 může zvýšit příjmy v následujícím roce zvyšováním pronájmu. Napomohlo by to k získání většího množství finančních prostředků, které mohou být využity pro další provoz zapsaného ústavu či k rozšíření stávajících nebo uskutečnění nových akcí.

Na základě případové studie o Kreativní zóně DEPO2015 byli osloveni respondenti za účelem, co dalšího by poradili pro zlepšení činnosti DEPO2015, tj. jaké projekty by preferovali, v čem by se DEPO2015 mohlo ještě více zviditelnit a zlepšit, nebo co by se jim v DEPO2015 líbilo a chtěli by to zrealizovat.

Nejčastějším návrhem bylo pořízení plátna na promítání filmů neboli letní kino. Mnoho lidí chodí rádo do kina a letní kino by se tak mohlo stát oblíbenou atrakcí, navíc se nejedná o finančně náročnou investici. Další nápad, který se také často opakoval, byla výstavba venkovního veřejného kluziště, které by přispělo k rozšíření zimních aktivit, kterých je v tomto období méně než v ostatních obdobích roku, zejména v létě. V Plzni navíc takový prostor nikde není, pokud nepočítáme Zimní stadion, který však není venkovní a jeho využití pro veřejnost je časově velmi omezené. (Bulíková, & Čidlová, 2022)

DEPO2015 se však může zaměřit i na udržitelný rozvoj. Tím je myšleno investování do modernizace současných zařízení, například zelené střechy, nebo rozšíření sportovního areálu a jeho vybavení. (Bulíková, & Čidlová, 2022)

Doporučení však nespočívají jen v návrzích na vytváření něčeho nového nebo na rozšiřování stávajícího, ale také, jakým způsobem může DEPO2015 ušetřit své finanční prostředky. DEPO2015 má sice má mnoho partnerů, ale mohlo by se zaměřit

i na tzv. sponzoring. Pokud by se ústavu podařilo zaujmout potenciální sponzory, mohl by tím snížit své náklady na pořádání různých akcí. (Bulíková, & Čidlová, 2022)

Poslední doporučení spočívá v tom, že by DEPO2015 pořádalo sbírky, benefiční koncerty či akce za účelem podpory svého rozvoje. Za zvážení stojí i crowdfunding, kde by široká veřejnost měla možnost podpořit nový projekt či prostor DEPO2015. (Bulíková, & Čidlová, 2022)

#### 2.5.4 Analýza nákladů

Vzhledem ke končící koronavirové pandemii DEPO2015 předpokládá, že náklady by se měly v následujícím roce zvyšovat. V návaznosti na vytvořený přehled Analýza nákladů v kapitole 2.2.7 by se náklady měly přibližovat roku 2019, tedy před vznikem koronavirové pandemii. Cílem DEPO2015 je rozšířit svoji nabídku a vytvořit různorodé akce, na které bude potřeba mnoho finančních prostředků.

V *Tabulce 19* je vytvořen finanční přehled nákladů v návaznosti na vytvořený přehled finančních prostředků pro rok 2022 v realistické variantě.

Tabulka 19 - Analýza nákladů pro rok 2022 (v tis. Kč)

	Hlavní činnost	Vedlejší činnost
Spotřebované nákupy	17 190	3 400
Změna stavu zásob vlastní činnosti a aktivace	- 5	5
Osobní náklady	15 700	2 300
Daně a poplatky	15	2
Ostatní náklady	950	15
Odpisy, prodaný majetek	1 300	250
Poskytnuté členské příspěvky	2	-
Daň z příjmů	-	55
<b>Náklady celkem</b>	<b>35 152</b>	<b>6 027</b>
<b>Výnosy celkem</b>	<b>31 373</b>	<b>11 600</b>
<b>Výsledek hospodaření před zdaněním</b>	<b>-3 779</b>	<b>5 628</b>

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

### **2.5.5 Vyhodnocení fundraisingového plánu**

Fundraisingové plány se vyhodnotí po skončení období. Fundraiser zhodnotí jednotlivé fundraisingové aktivity, které během roku proběhly a vytvoří výroční zprávu, na jejímž zpracování se podílí finanční oddělení, oddělení marketingu, programové oddělení a také ředitel DEPO2015. Výroční zpráva by měla být zveřejněna v první polovině následujícího roku, po schválení správní radou zapsaného ústavu.

DEPO2015 doposud nevytvářelo svůj vlastní návrh fundraisingového plánu. Veškeré financování zaznamenávali do výroční zprávy. Díky fundraisingovému plánu, který je pro DEPO2015 nyní vytvořen, je možno již v průběhu roku možné porovnávat naplánované a reálné příjmy a výdaje.

Během roku bude DEPO2015 kontrolovat výši příjmů, získané dotace a analyzovat výši nákladů tak, aby v případě potřeby mohlo přijmout nápravná opatření pro dosažení kladného hospodářského výsledku. Na základě proběhlých projektů a veškerého programu pak DEPO2015 vytvoří výroční zprávu, která bude zveřejněna v následujícím období roku 2023 po schválení správní radou.

## Závěr

DEPO2015 je velmi populární nezisková organizace v Plzni, která ve svých prostorách i mimo ně pořádá mnoho zajímavých akcí a speciálních projektů, nebo pronajímá tyto prostory pro veřejnost, např. jako pracovní prostory či konferenční místnosti, dílny, sály pro maturitní plesy apod.

Praktická část této práce byla zaměřena na způsoby, jakými DEPO2015 získává finanční prostředky. Vedle dotací, které tvoří hlavní zdroj financí, je to i příjem od sponzorů, jakožto firemní fundraising. Kromě toho bylo popsáno i jeho samofinancování, kdy DEPO2015 není závislé jen na finančních prostředcích zvenku, ale zdrojem financí je i příjem z jeho vlastních aktivit, např. z pronájmů nebo vstupného. Vedle těchto způsobů financování byly v práci detailně popsány i fundraisingové metody a zdroje, které DEPO2015 nyní využívá. Bylo zjištěno, že DEPO2015 je více závislé na partnerství než na donátorství.

Návrh fundraisingového plánu je vytvořen ve 3 variantách (realistická, optimistická a pesimistická). Realistická varianta má sloužit k naplnění plánovaných finančních prostředků pro rok 2022, nákladů a uskutečněných projektů a programů v jednotlivých měsících roku. Návrh obsahuje nejen opakující se projekty, ale i projekty nově vzniklé pro tento rok. Pesimistická a optimistická varianta byla vytvořena pro případ, že by opět nastala omezení z důvodu koronavirové pandemie nebo se rozšířila válka mezi Ukrajinou a Ruskem, nebo se naopak situace vyvíjela výrazně lépe oproti realistické variantě.

Zároveň jsou detailně přiblíženy 4 projekty (Festival světla BLIK BLIK, WALLZ – Pilsen Street Art Festival, Plzeň Design Week a Evropský den sousedů) s vytvořeným rozpočtem pro jednotlivý projekt. Tyto projekty jsou pro DEPO2015 velmi prosperující a pro veřejnost nejznámější z důvodu jejich každoročního konání.

V závěru bakalářské práce je provedena analýza nákladů pro následující rok 2022 a uvedena různá doporučení, které by pro DEPO2015 mohla posloužit jako inspirací pro zlepšení jeho financování nebo pro realizaci nového projektu.

Osobní přínosem pro autorku je získání znalostí v oblasti fungování zapsaného ústavu DEPO2015 a ze způsobů získávání finančních prostředků pro jeho provoz. Autorka si mohla prakticky vyzkoušet, jak se vytváří návrh fundraisingového plánu pro následující období.

Pro DEPO2015 byl vytvořen samostatný návrh fundraisingového plánu, který jim může posloužit nejen v tomto roce, ale i jako šablona pro následující roky. Budoucí použití tohoto plánu bude záviset na vyhodnocení jeho přínosu a potřebnosti pro lepší finanční řízení DEPO2015. A to zejména v porovnání s předchozími roky, pro které tento plán nebyl vytvářen. Bakalářská práce může být užitečná nejen pro DEPO2015, ale případně i pro další neziskové organizace či zájemce o fundraising.

## Seznam použitých zdrojů

Bačuvčík, R. (2011). *Marketing neziskových organizací*. Zlín, Česko: VERBUM Publishing.

Odkaz v textu: (Bačuvčík, 2011)

Bachmann, P. (2011). *Management neziskové organizace*. Hradec Králové, Česko: Gaudeamus.

Odkaz v textu: (Bachmann, 2011)

Boukal, P. (2009). *Nestátní neziskové organizace (teorie a praxe)*. Praha, Česko: Oeconomica.

Odkaz v textu: (Boukal, 2009)

Boukal, P., Mikan, P., Pemová, T., Vávrová, H., Vilikusová, I., & Zatloukalová, T. (2013). *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha, Česko: Grada Publishing.

Odkaz v textu: (Boukal et al., 2013)

Bulíková, K., & Čidlová, K. (2022). *Případová studie kreativní zóna DEPO2015* (Semestrální práce). Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česká republika.

Odkaz v textu: (Bulíková, & Čidlová, 2022)

DEPO2015, z.ú. (2022a). *Autobusová hala*. Dostupné 21. 2. 2022 z <https://www.depo2015.cz/pronajmy-ag27/autobusova-hala-a35>

Odkaz v textu: (DEPO2015, 2022a)

DEPO2015, z.ú. (2022b). *DEPO2015*. Dostupné 21. 2. 2022 z <https://www.depo2015.cz/nase-projekty-ag102/>

Odkaz v textu: (DEPO2015, 2022b)

DEPO2015, z.ú. (2022c). *Kanceláře a kontejnery*. Dostupné 21. 2. 2022 z <https://www.depo2015.cz/pronajmy-ag27/kancelare-a32>

Odkaz v textu: (DEPO2015, 2022c)

DEPO2015, z.ú. (2022d). *Kavárna DEPO*. Dostupné 21. 2. 2022 z <https://www.depo2015.cz/pronajmy-ag27/bistro-cafe-depo-a33>

Odkaz v textu: (DEPO2015, 2022d)

DEPO2015, z.ú. (2022e). *Klempírna*. Dostupné 21. 2. 2022 z <https://www.depo2015.cz/pronajmy-ag27/klempirna-a36>

Odkaz v textu: (DEPO2015, 2022e)

DEPO2015, z.ú. (2022f). *Kreativní zóna DEPO2015*. Dostupné 21. 2. 2022 z <https://www.depo2015.cz/pro-firmy-ag70/pro-firmy-a-obchodni-partnery-a968>

Odkaz v textu: (DEPO2015, 2022f)

DEPO2015, z.ú. (2022g). *Nádvoří a parkoviště*. Dostupné 21. 2. 2022 z <https://www.depo2015.cz/pronajmy-ag27/parkoviste%20a%20nadvori-a2912>

Odkaz v textu: (DEPO2015, 2022g)

DEPO2015, z.ú. (2022h). *Naše vize a mise*. Dostupné 21. 2. 2022 z <https://www.depo2015.cz/o-nas-ag65/nase-vize-a-mise-a949>

Odkaz v textu: (DEPO2015, 2022h)

DEPO2015, z.ú. (2022ch). *Streampoint*. Dostupné 21. 2. 2022 z <https://www.depo2015.cz/obchody-a-sluzby-ag100/studio-streampoint.-a3384>

Odkaz v textu: (DEPO2015, 2022ch)

DEPO2015, z.ú. (2022i). *Tržnice*. Dostupné 21. 2. 2022 z <https://www.depo2015.cz/pronajmy-ag27/trznice-a2911>

Odkaz v textu: (DEPO2015, 2022i)

DEPO2015, z.ú. (2022). *Výroční zpráva za rok 2018*. Dostupné z <https://www.depo2015.cz/o-nas-ag65/ke-stazeni-a953>

Odkaz v textu: (Výroční zpráva, 2018)

DEPO2015, z.ú. (2022). *Výroční zpráva za rok 2019*. Dostupné z <https://www.depo2015.cz/download/artattach/375-plzen-2015-vyrocní-zprava-a-ucetni-zaverka-2019-auditovana-compressed-1-.pdf>

Odkaz v textu: (Výroční zpráva, 2019)

DEPO2015, z.ú. (2022). *Výroční zpráva za rok 2020*. Dostupné z <https://www.depo2015.cz/download/artattach/384-v-ro-n-zpr-va-2020-plze-2015.pdf>

Odkaz v textu: (Výroční zpráva, 2020)

DEPO2015, z.ú. (2022j). *Zasedací místnosti*. Dostupné 21. 2. 2022 z <https://www.depo2015.cz/pronajmy-ag27/zasedaci-mistnosti-a1741>

Odkaz v textu: (DEPO2015, 2022j)

Dluhošová, D. (2010). *Finanční řízení a rozhodování podniku*. Praha, Česko: Ekopress.

Odkaz v textu: (Dluhošová, 2010)

Hejduková, P. (2015). *Veřejné finance: teorie a praxe*. Praha, Česko: C. H. Beck.

Odkaz v textu: (Hejduková, 2015)

Hejduková, P., Hommerová, D., & Krechovská, M. (2018). *Řízení neziskových organizací*. Praha, Česko: Grada Publishing.

Odkaz v textu: (Hejduková et al., 2018)

Hrdý, M., & Krechovská, M. (2016). *Podnikové finance v teorii a praxi*. Praha, Česko: Wolters Kluwer ČR.

Odkaz v textu: (Hrdý & Krechovská, 2016)

Hrozná, A. (2008). *Pojmy partnerství a spolupráce v praxi veřejného sektoru* (Diplomová práce). Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta managementu, Česká republika.

Odkaz v textu: (Hrozná, 2008)

Hruška, P. (2014). *Úvod do fundraisingu pro Hospic Sv. Jiří*. Dostupné 21. 2. 2022 z [http://www.hospicheb.cz/soubory/uvod\\_do\\_fundraisingu\\_2014.pdf](http://www.hospicheb.cz/soubory/uvod_do_fundraisingu_2014.pdf)

Odkaz v textu: (Hruška, 2014)



Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2007). *Moderní marketing*. Praha, Česko: Grada Publishing.

Odkaz v textu: (Kotler, Wong, Saunders, & Armstrong, 2007)

Kotler, P., Keller, K. L., Jappa, T., & Machek, M. (2013) *Marketing management*. Praha, Česko: Grada Publishing.

Odkaz v textu: (Kotler & Keller, 2013)

Ledvinová J., & Pešta K. (2008). *Základy fundraisingu aneb Jak získat peníze na prospěšnou činnost*. Praha, Česko: ICN.

Odkaz v textu: (Ledvinová & Pešta, 2008)

Machálek, P., & Nerstová, J. (2011). *Základy fundraisingu a projektového managementu*. Brno, Česko: Masarykova univerzita v Brně.

Odkaz v textu: (Machálek & Nerstová, 2011)

Novotný, J. (2004). *Ekonomika a řízení neziskových organizací (zejména nevládních orgnaizací)*. Praha, Česko: Oeconomica.

Odkaz v textu: (Novotný, 2004)

Salamon, L. M., & Anheier, H. K. (1997). *Definding of nonprofit sector. A cross-national Analysis*. Manchester, USA: Manchester University Press.

Odkaz v textu: (Salamon & Anheier, 1997)

Snipes, R. L., & Oswald, S. L. (2010). Charitable giving to not-for profit organizations: factors affecting donations to non-profit organizations. *Innovative Marketing*, 6(1), 1–9, Dostupné z

[https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/3066/im\\_en\\_2010\\_01\\_Snipes.pdf](https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/3066/im_en_2010_01_Snipes.pdf)

Odkaz v textu: (Snipes & Oswald, 2010)

Stejskal, J. (2010). *Ekonomika neziskové organizace*. Praha, Česko: Junák – svaz skautů a skautek ČR, Tiskové a distribuční centrum.

Odkaz v textu: (Stejskal, 2010)

Šedivý, M., & Medlíková, O. (2012). *Public relations, fundraising a lobbying: pro neziskové organizace*. Praha, Česko: Grada Publishing.

Odkaz v textu: (Šedivý & Medlíková, 2012)

Škarabelová, S., Hyánek, V., & Rektorčík, J. (2002). *Když se řekne nezisková organizace...* Brno, Česko: Masarykova univerzita v Brně.

Odkaz v textu: (Škarabelová et al., 2002)

Šobáňová, P. (2010). *Fundraising*. Ostrava, Česko: Ostravská univerzita v Ostravě.

Odkaz v textu: (Šobáňová, 2010)

Pelikánová, A. (2016). *Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky*. Praha, Česko: Grada Publishing.

Odkaz v textu: (Pelikánová, 2016)

Plamínek, J. (1996). *Řízení neziskových organizací: první český rádce pro pracovníky v občanských sdruženích, nadacích, obecně prospěšných společnostech, školách, církvích a zdravotních zařízeních*. Praha, Česko: Nadace Lotos.

Odkaz v textu: (Plamínek, 1996)

Rektořík, J. (1998). *Ekonomika a řízení neziskových organizací*. Brno, Česko: Masarykova univerzita.

Odkaz v textu: (Rektořík, 1998)

Rektořík, J. (2010). *Organizace neziskového sektoru: Základy ekonomiky, teorie a řízení*. Praha, Česko: Ekopress.

Odkaz v textu: (Rektořík, 2010)

## Seznam tabulek

Tabulka 1 - Přehled přijatých dotací za rok 2018 (v Kč).....	35
Tabulka 2 - Přehled přijatých dotací za rok 2019 (v Kč).....	36
Tabulka 3 - Přehled přijatých dotací za rok 2020 (v Kč).....	37
Tabulka 4 - Přehled investičních dotací za rok 2018 (v Kč) .....	40
Tabulka 5 - Přehled investičních dotací za rok 2019 (v Kč) .....	40
Tabulka 6 - Přehled investičních dotací za rok 2020 (v Kč) .....	40
Tabulka 7 - Celkový přehled investičních dotací za rok 2018-2020 (v Kč).....	41
Tabulka 8 - Celkový přehled darů za rok 2018-2020 (v Kč).....	42
Tabulka 9 - Přehled sponzorů za rok 2018-2020 (v Kč).....	43
Tabulka 10 - Analýza nákladů pro hlavní činnost za rok 2018-2020 (v tis. Kč).....	46
Tabulka 11 - Analýza nákladů pro vedlejší činnost za rok 2018-2020 (v tis. Kč) .....	47
Tabulka 12 - Přehled finančních prostředků v realizační varianta pro rok 2022 (v Kč) 52	
Tabulka 13 - Přehled finančních prostředků v optimistické variantě pro rok 2022 (v Kč) .....	53
Tabulka 14 - Přehled finančních prostředků v pesimistické variantě pro rok 2022 (v Kč) .....	54
Tabulka 15 - Rozpočet na projekt BLIK BLIK na rok 2022 (v Kč).....	55
Tabulka 16 - Rozpočet na projekt WALLZ na rok 2022 (v Kč) .....	56
Tabulka 17 - Rozpočet na projekt Evropský den sousedů na rok 2022 (v Kč) .....	57
Tabulka 18 - Rozpočet na projekt Plzeň Design Week na rok 2022 (v Kč).....	58
Tabulka 19 - Analýza nákladů pro rok 2022 (v tis. Kč) .....	59

## Seznam grafů

Graf 1 - Přehled tržeb za rok 2018-2020 (v tis. Kč) .....	45
---	----

## Seznam použitých zkratek

PR .....	Public relations
NO .....	nezisková organizace
PBO .....	organizace veřejně prospěšná
MBO .....	organizace vzájemně prospěšná
NNO .....	nestátní nezisková organizace
z. ú. ....	zapsaný ústav
o. p. s. ....	obecně prospěšná společnost

## **Abstrakt**

Rendlová, L. (2022). *Fundraisingový plán vybrané neziskové organizace* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česko.

**Klíčová slova:** fundraising, fundraiser, nezisková organizace, ústav, finanční plánování, fundraisingový plán

Cílem bakalářské práce je seznámit čtenáře s pojmem fundraising a vytvořit fundraisingový plán na následující období. V první části teorie je popsán pojem fundraising a fundraiser. Jsou přiblíženy existující neziskové organizace a jejich dělení. Blíže je definován pojem zapsaný ústav. Druhá část teorie je zaměřena na finanční plánování a výčet zdrojů a metod fundraisingu. Pro praktickou část byl zvolen zapsaný ústav DEPO2015. Nejdříve byl popsán zapsaný ústav, jeho činnosti, vize, mise a cílové skupiny. Poté byla analyzována finanční stránka dané neziskové organizace, její využívané zdroje a metody fundraisingu. Na závěr byl vytvořen přehled příjmů pro následující období.

## **Abstract**

Rendlová, L. (2022). *Fundraising plan of selected non-profit organization* (Bachelor Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics, Czech Republic.

**Key words:** fundraising, fundraiser, non-profit organization, institute, financial planning, fundraising plan

The bachelor thesis aims to acquaint the readers with the concept of fundraising and to create a fundraising plan for the following period. The bachelor thesis is divided into theoretical and practical parts. The theoretical part describes the concept of fundraising and fundraiser. First, existing non-profit organisations and their divisions are presented. Next, the term of the registered institute is defined in detail. The second part of the theory focuses on financial planning and enumeration of sources and fundraising methods. Finally, the registered institute DEPO2015 was chosen for the practical part. This part includes the description of the registered institute, its activities, visions, missions, and target groups. Then, the financial side of the non-profit organisation, its used resources and fundraising methods are analysed. This thesis's final goal is to create an income statement for the following period.