

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**  
**FAKULTA EKONOMICKÁ**

Bakalářská práce

**Sociální podnikání a jeho trendy**

**Social business and its trends**

Barbora Marková

Cheb 2023



## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma  
*„Sociální podnikání a jeho trendy“*  
vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití  
pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Cheb 2023

Barbora Marková

## **Zásady pro vypracování práce**

1. Zpracujte úvodní teoretickou část bakalářské práce týkající se oblasti sociální podnikání.
2. Charakterizujte vybraný podnikatelský subjekt.
3. Analyzujte vybraný podnikatelský subjekt a porovnejte jeho předcovidovou a postcovidovou situaci z hlediska řešeného tématu bakalářské práce.
4. Na základě zpracované analýzy navrhněte zlepšující doporučení a vytvořte závěry

## **Poděkování**

Děkuji panu Ing. Miroslavu Pavlákovi, Ph.D. za poskytnuté rady a pomoc při psaní této bakalářské práce. Dále děkuji paní Aleně Votavové, DiS., ředitelce Hospice Sv. Jiří, o.p.s., za ochotu při předávání informací ohledně dané neziskové organizace pro účely praktické stránky této bakalářské práce.

Cheb 2023

Barbora Marková

# Obsah

Úvod.....	9
1 Pojem a význam sociálního podnikání.....	10
2 Principy sociálního podnikání.....	11
3 Druhy sociálního podnikání .....	12
4 Procesy sociálních organizací .....	13
4.1 Strategické řízení .....	13
4.2 Finanční řízení .....	15
4.3 Fundraising .....	15
4.4 Crowdfunding.....	18
4.5 Marketing.....	18
4.6 Public relations .....	19
4.7 Lobbying.....	21
5 Historie sociálního podnikání.....	22
6 Pandemie Covidu-19 .....	23
6.1 Rok 2020.....	23
6.2 Rok 2021.....	24
7 Hospic Sv. Jiří, o.p.s.....	25
7.1 Obecné informace.....	25
7.2 Historie .....	26
7.3 Poslání, hodnoty, vize, motto.....	27
7.4 Cíle.....	28
7.4 Provozovna Tachov .....	29
7.6 Provozovna Cheb.....	30
7.6.1 Služby.....	30
7.6.2 Cílové skupiny.....	32

7.6.3	Zájmové skupiny (stakeholders) .....	34
7.6.4	Finanční zdroje .....	35
7.6.5	Charitativní akce .....	35
7.6.6	Vliv Covidové situace .....	40
7.6.7	Statistika klientů v letech 2018-2022 .....	52
7.7	Dotazníkové šetření .....	55
7.7.1	Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	62
7.8	Rozhovor s rodinou bývalého klienta Hospice Sv. Jiří, o.p.s. ....	63
7.8.1	Vyhodnocení rozhovoru .....	64
7.9	Navrhovaná opatření.....	65
7.9.1	Webové stránky měst.....	65
7.9.2	Reklama na košících v nákupních centrech .....	65
7.9.3	Prodej papírových kapesníků s logem Hospice Sv. Jiří, o.p.s.....	66
7.9.4	Shrnutí .....	66
	Závěr.....	69
	Seznam použitých zdrojů .....	71
	Seznam tabulek .....	74
	Seznam obrázků .....	75
	Seznam grafů.....	76
	Seznam příloh.....	77

# Úvod

Tématem této bakalářské práce je „*Sociální podnikání a jeho trendy*“ v rámci vybraného podnikatelského subjektu.

Tato práce seznámí své čtenáře detailně a komplexně s tím, co znamená pojem sociální podnikání a také vysvětlí jeho základní principy. Bude se zabývat různými druhy sociálního podnikání a zároveň popíše historický vývoj sociálního podnikání v České republice. Dále porovná situaci v předcovidové a postcovidové době.

Pro tuto práci byla vybrána nezisková organizace Hospic Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu. Pozornost se soustředí na specifika hospicové péče, její organizování a systém práce. Budou definovány cíle zkoumané organizace, její hodnoty a poslání. Autorka rovněž popíše cílové skupiny zákazníků, nabízené služby a bude charakterizovat zájmové skupiny (stakeholders). Bakalářská práce nás seznámí s činností analyzované organizace v období před covidem a po covidu a následně porovná tato dvě období z různých hledisek.

Hlavním cílem bakalářské práce bude navržení opatření pro zajištění udržitelného chodu a rozvoje Hospice Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu.

Dílčím cílem bude porovnat předcovidovou a postcovidovou situaci Hospice Sv. Jiří, o.p.s. z hlediska řešeného tématu bakalářské práce. Bude rovněž provedena ekonomická analýza se zřetelem k možnostem investičního rozvoje zaměřeného na uspokojování potřeb cílových skupin zákazníků. Součástí ekonomické analýzy budou výpočty a propočty ústící v návrh optimálního řešení způsobu zajištění udržitelného rozvoje.

Součástí praktické části bakalářské práce bude dotazník mapující povědomí veřejnosti v oblastech, kde Hospic Sv. Jiří, o.p.s. působí včetně případných zkušeností. Dále bude zprostředkován rozhovor s rodinou bývalého klienta dané neziskové organizace ke zjištění konkrétních zkušeností.

# 1 Pojem a význam sociálního podnikání

Sociální podnikání je takové, které má za svůj hlavní cíl prospěch veřejnosti, nikoli zisk. Ten není jako u jiných organizací rozdělený mezi vlastníky podniku, ale je z většiny použit na vývoj podniku, tedy dává další užitek. Hlavním cílem bývá pomáhání jednotlivcům či skupinám, kteří dají najevo nějakou životní potřebu, jsou sociálně slabší či jinak znevýhodnění. Mimo jiné takovéto podniky nabízejí možnost práce zdravotně, sociálně, kulturně či jinak znevýhodněným lidem. (Dobrozemský & Stejskal, 2016).

Se sociálním podnikáním souvisí pojem sociální služba, jež označuje takové služby, které pomáhají sociálně slabým jedincům či skupinám. Jde o pomoc zejména seniorům v rámci každodenního žití, bydlení, stravy apod. Patří sem ale také třeba poradenská pomoc nebo podpora maminkám samoživitelkám materiální cestou. Dále různé pečovatelské služby a také možnost navštěvování center s mnohým zaměřením. Nakonec sem řadíme také péči o to nejdůležitější, co máme, a to naši zem, tedy životní prostředí.

Jinými slovy sociální podniky působí tam, kde se stát ani soukromé podniky nemají zájem angažovat, není to pro ně atraktivní, neboli nepřinášejí takový zisk, jaký si představují. Princip solidarity, zacházení s různě diskriminovanými lidmi, mezilidské vztahy, to jsou pojmy související s tzv. třetím sektorem, který se podílí na rozmanitosti společnosti. Prvními dvěma jsou sektory státní a podnikatelské, třetí jde však trochu jinou cestou, jak je již napsáno výše. Dokonce myslí také na budoucí generace, které bohužel budou snášet příčiny špatných rozhodnutí té aktuální. (Plamínek a kol., 1996).

Sociální neboli neziskové organizace jsou nedílnou součástí naší ekonomiky, avšak především mají zájem o udržení morální společnosti, inspirují veřejnost ke změnám a hrají důležitou roli ve veřejném mínění.

Samotná existence sociálního podnikání byla zapříčiněna teorií tržních selhání, jakými byla nedokonalá konkurence, nejistota apod. Na tato selhání měli vliv státní a podnikatelský sektor v rámci snižování nákladů a následného navyšování výnosů, narůstání ceny pro spotřebitele a v poslední řadě vzniku monopolu. (Krechovská a kol., 2018).



## 2 Principy sociálního podnikání

Na samém počátku se musí zrodit myšlenka, že je třeba někomu pomoci, aniž by na tom někdo zbohatnul. Bezesporu neméně důležité je svou myšlenku či nápad sdílet s někým, kdo jeví podobný zájem. Budování vztahů na základě takového podnikání je takřka nutností pro další vývoj. Takoví lidé budou pomáhat při realizaci nápadu, rozvoji organizace, nutné aktivity, shánění dostupných prostředků apod.

Nejzásadnějším rozhodnutím při zakládání sociálního podniku je určitě vymezení poslání, které musí být konkrétní, fungující, musí se s ním každý jedinec v organizaci ztotožnit a uznávat jej. Toto poslání by mělo zaměstnance v organizaci dostatečně motivovat, veřejnost by mu měla řádně rozumět, měla by pochopit, co daná organizace dělá, co pro koho nabízí a měla by být jasně zřejmá jedinečnost organizace. (Šedivý & Medlíková, 2017). Poslání je tím důležitým momentem rozhodnutí „proč“ vlastně neziskovou organizaci zakládáme, je samotným důvodem existence. Díky tomuto definování poslání se lze posunout dál, až mimo jiné k určení efektivního strategického řízení.

Dalším velmi důležitým krokem je naplánování strategie. Tedy určení dlouhodobých a krátkodobých cílů do co možná nejmenšího detailu společně s časovým rozvržením, do kdy je třeba cíle splnit. Po vymezení strategického plánu vyplynou další nedílné aktivity, jako jsou plány interního uspořádání organizace a zodpovědnosti jednotlivých zaměstnanců. Samozřejmě s tím souvisejí také vztahy vně organizace, tedy určení, kdo je pro organizaci důležitý, jako investoři, dodavatelé, cílové skupiny apod. Součástí je také kvalitní a jedinečná image organizace, postupné vytvoření prestižních vztahů uvnitř i vně organizace. (Šedivý & Medlíková, 2012).

Nakonec lze zhodnotit úspěšnost dané organizace: „Nezisková organizace je úspěšná, jestliže více let po sobě poctivě a transparentně naplňuje svoje poslání a hospodaří s vyrovnaným rozpočtem.“ (Šedivý & Medlíková, 2012, s. 16).

### **3 Druhy sociálního podnikání**

V České republice momentálně existuje pět nejrozšířenějších typů neziskových organizací. Žádná z nich nesmí fungovat na základě tvoření zisku a jeho přerozdělování mezi vlastníky organizace.

#### **Spolek**

Minimálně tři členové musí tvořit členskou základnu. Spolek může poskytovat veřejně prospěšné služby a lze činnost rozdělit na hlavní a vedlejší.

#### **Nadace**

Nadace může být založena pro dobročinný, obecně prospěšný nebo také soukromý účel. Při založení nadace je nutné složit nadační jistinu v minimální výši 500 000 Kč.

#### **Nadační fond**

Musí být společensky či hospodářsky užitečný, jde o veřejnou sbírku.

#### **Obecně prospěšná společnost**

OPS již nelze zakládat, posláním je poskytování obecně prospěšných služeb veřejnosti za předem stanovených a pro všechny stejných podmínek, nejčastěji se jedná o vzdělávání, kulturu, sociální péči a zdravotnictví.

#### **Ústav**

Tento typ organizace využívá své osobní majetkové složky, užitek přináší do oblasti společenské, hospodářské a podmínky jsou předem stanovené a pro všechny stejné. (Hommerová a kol., 2020).

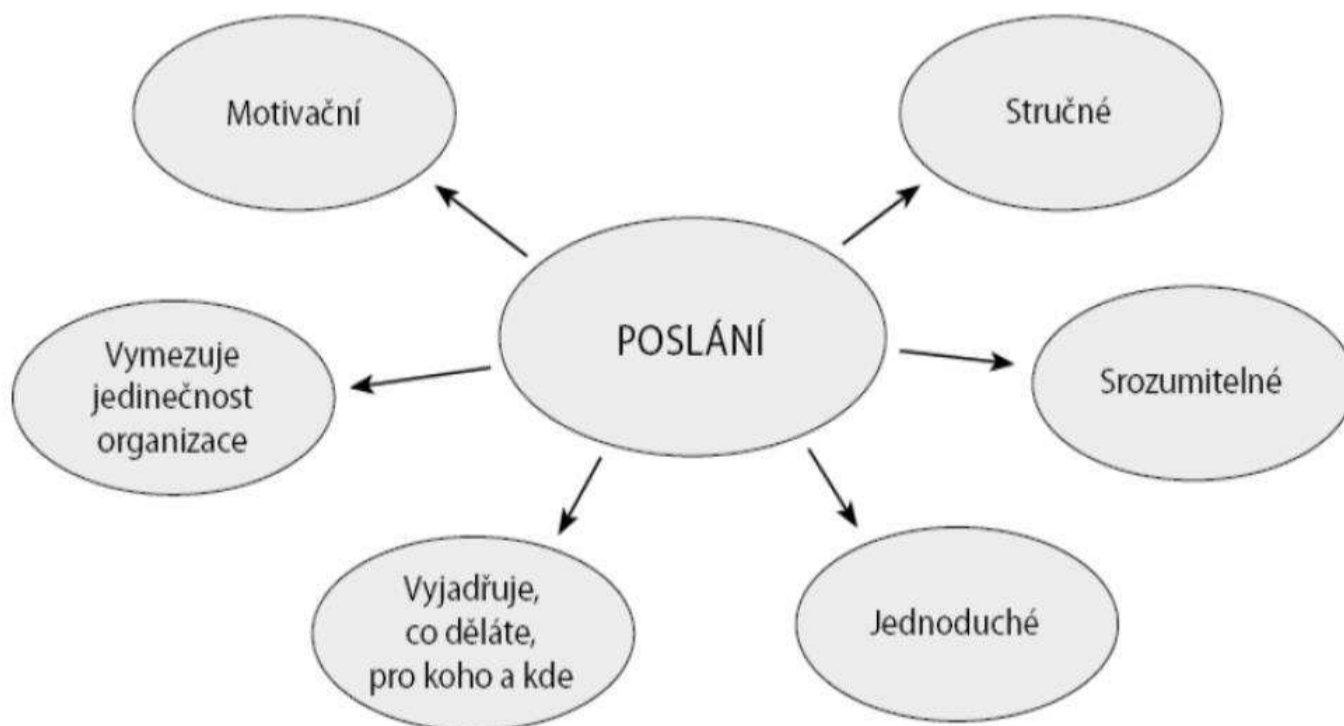
## 4 Procesy sociálních organizací

Jako organizace založená za účelem zisku, mají i neziskové organizace své popsané procesy. Patří mezi ně nejdůležitější a tím je strategické řízení včetně poslání, hodnot a vizí. Dalšími důležitými procesy jsou finanční řízení, fundraising a crowdfunding, tedy získávání prostředků k chodu a rozvoji neziskových organizací. Marketingové řízení je nedílnou součástí, kterou není dobré podceňovat. Nakonec do procesů patří také public relations, tedy vztahy s veřejností a lobbying, tedy obhajování poslání.

### 4.1 Strategické řízení

Strategické plánování obsahuje několik aktivit. Důležitou činností ke stabilnímu udržení je naplánování dlouhodobých strategických cílů. Otázky typu: „Kde vidím organizaci za pět, deset let?“ Správně pojmenované poslání vede k úspěšnému definování vize, která je předpokladem ke správnému vymezení cílů a zároveň rozšiřuje poslání o záměr a tvoří stabilitu dané organizace.

Obr. 1: Poslání



Zdroj: Šedivý & Medlíková, (2017, s. 22)

Aby se dalo mluvit o udržitelnosti, musejí všechny činnosti uvnitř i vně organizace směřovat stejným směrem. Jasná a srozumitelná komunikace mezi všemi zainteresovanými lidmi je součástí udržitelnosti nejenom dobrých mezilidských vztahů. Jedná se o komunikaci v interní sféře, ale také s dodavateli, partnery, dárci apod. Zmíněné kroky jsou nutností k dlouhodobě fungující, udržitelné a veřejnosti prospěšné neziskové organizaci. (Krechovská a kol., 2018).

Existuje několik analýz, které se využívají k vymezení současné situace a následně budoucí, tedy, kde by se daná organizace chtěla nacházet za určitý čas v různých oblastech. Jedná se kupříkladu o nejznámější SWOT analýzu, která definuje silné a slabé stránky organizace a příležitosti a hrozby v okolí organizace. Z této účinné analýzy vyplynou čtyři stanoviska, kde se organizace právě nachází a jak by měla případně postupovat ke zlepšení své situace. Další známou analýzou je tzv. STEEP analýza, která řeší pouze vnější okolí a jeho vliv na organizaci. Dalšími jsou například analýza konkurence, analýza rizik apod. (Šedivý & Medlíková, 2017).

Obr. 2: SWOT analýza

<b>SWOT</b>			
SILNÉ STRÁNKY	<b>Jak je využít?</b>	SLABÉ STRÁNKY	<b>Jak se s nimi vypořádat?</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Silná základna zákazníků</li> <li>Unikátní know-how</li> <li>Unikátní služba / produkt</li> <li>Dobré obchodní výsledky</li> <li>Softwarová vybavenost</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Nedostatečná jazyková vybavenost</li> <li>Závislost na znalostech zaměstnaných odborníků</li> <li>Nízká produktivita práce</li> <li>Nedostatečné povědomí o značce</li> <li>Nestabilní Cashflow</li> </ul>	
<b>PŘÍLEŽITOSTI</b>		<b>HROZBY</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Špatný marketing konkurence</li> <li>Nárůst významu odvětví</li> <li>Rostoucí poptávka</li> <li>Korona virus</li> <li>Přírodní katastrofy</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>EET a jiné legislativní změny</li> <li>Nižší kupní síla obyvatelstva</li> <li>Zvyšování cen energií</li> <li>Korona virus</li> <li>Přírodní katastrofy</li> </ul>	

Zdroj: Bouhaniková, (n.d.)

## 4.2 Finanční řízení

Mezi další neoddelitelnou součástí managementu organizace jednoznačně patří finanční řízení. Každý podnik, jak ziskový, tak neziskový, musí řídit své peněžní toky. Nezisková organizace nemá ve svém poslání vytvářet zisk, avšak i přesto potřebuje nějaký kapitál na svůj provoz a aktivity, které plánuje realizovat. Běžné podniky získávají finanční prostředky běžně za své statky či služby, u neziskového sektoru to však funguje jinak. Sponzoři, dárci, stát či nadace investují peněžní prostředky do neziskových organizací, protože se ztotožňují a věří v dané poslání, chtějí ho podporovat a na oplátku organizace musí být důvěryhodná a finančně otevřená, tedy být kdykoli schopná prokazatelně dokázat, že prostředky využila tak, jak měla.

Aby organizace mohla dlouhodobě fungovat, je určitě nutné zaměřit se na vícero zdrojů financování. Získávání prostředků je nezbytné jak pro každodenní činnosti, tak také k plnění různých plánů, strategických cílů a samotného poslání organizace. Důležitým není pouze získat finanční prostředky, ale také je správně využít. K dlouhodobé udržitelnosti je nezbytné mít zvládnuté právě finanční řízení. „Finanční řízení neziskové organizace lze definovat jako ekonomickou činnost zabývající se zejména otázkou získávání potřebného množství kapitálu a peněžních prostředků z různých zdrojů financování a jejich efektivního využití za účelem plnění hlavního cíle a poslání organizace.“ (Krechovská a kol., 2018, s. 55).

Finanční řízení je správně nastaveno a vše běží tak, jak bylo naplánováno, pokud je zajištěna potřebná výše kapitálu a cash flow. Dalším cílem je samozřejmě finanční stabilita, soběstačnost a likvidita organizace. K dosažení a následně udržení těchto cílů je nezbytné vytvoření finanční strategie a finančního plánu, zajištění zdrojů (fundraising), provádět kontroling a vyhodnocení. (Hommerová a kol., 2020).

## 4.3 Fundraising

Získat prostředky je v současné době tím nejdůležitějším úkolem neziskové organizace. K dlouhodobé udržitelnosti se musí zaměřit na vícero zdrojů získávání prostředků. „Fundraising je soubor činností zaměřených na zdrojové zajištění neziskové organizace založené za účelem konkrétního poslání.“ (Boukal a kol., 2013, s. 15). Nejedná se pouze o finanční prostředky, ale zejména také o hmotné zdroje, práva, informace, práce a služby. Mezi hmotné zdroje se řadí kupříkladu všemožné materiální věci. Firma, která vyrábí nábytek, může darovat skříně či stoly, papírnickví sešity, galanterie prostěradla apod. Co se týče práva, jedná

se o využití prostoru k umístění loga pro reklamu, vedení webových stránek atd. Informace z oblasti zejména servisních zájmů jsou poskytovány od mnohdy také neziskových organizací. Zdrojem pracovní síly jsou velmi známí dobrovolníci, kteří tvoří velkou účast na vývoji organizace. A v poslední řadě má nezisková organizace možnost získat zdroje ve formě služeb, často jde o různé rady ohledně podpory, vzdělávání, daní apod.

Neziskové organizace získávají zdroje na základě směnného obchodu, nikoli tak, jak je to v běžném podniku. To například znamená, že nezisková organizace dostane darem finanční obnos od nějakého dáorce, který vloží na veřejně prospěšnou aktivitu, se kterou je daný dárcem spokojený. V zásadě se nejedná o samotné prostředky, ale především o vztahy s danými lidmi, které je nutné naplánovat, udržovat a odměňovat. (Boukal a kol., 2013).

Prvním zásadním krokem je požádat dáorce. K udržení a fungování organizace je důležité s dárcem udržovat vztahy, tedy umět smysluplně vysvětlit poslání a následně také umět dárcům naslouchat.

Prostředky má organizace možnost získat z veřejné správy, od individuálních dárců, od firem, z nadací a nadačních fondů, z ostatních institucí a z příjmů z vlastní činnosti. Veřejná správa neboli stát nabízí dotace a granty v rámci také výběrových řízení. Jednotlivci, kteří darují organizacím prostředky z vlastních příjmů, dávají zdroje jednorázově, při různých příležitostech nebo se z nich stávají pravidelní dárci, pokud se ztotožní s posláním a fungují mezilidské vztahy. (Šedivý & Medlíková, 2012).

Obr. 3: Dárcovská pyramida



Zdroj: Šedivý & Medlíková, (2012, s. 49)

Zpracovaným důležitým faktem fundraisingu jsou jeho zásady. Jedná se o zásadu komplexnosti, začlenění, aktivity, strategičnosti, vzdělávání okolí, poděkování, optimismu a výsledku. První zásada, tedy komplexnost, spočívá v morálních vztazích mezi dárci a organizací, která musí své poslání nadšeně prezentovat a darované prostředky využívat v souladu s tím, proč existuje. Začlenění se týká otázky toho, proč vlastně fundraising daná organizace uplatňuje. Kupříkladu jde o shánění zdrojů pro přežití, k rozšíření a rozvoji, k udržitelnosti apod. Další velmi důležitou zásadou je aktivita organizace. Aktivní musí být z pohledu neustálého zjišťování nových postupů, jak a kdy komunikovat s dárci. Fundraiser je člověk v neziskové organizaci, který se zabývá právě sháněním zdrojů. Musí umět prosazovat zájmy organizace, jednat nekonfliktně, srozumitelně, mít zdravou sebedůvěru a být nadšený pro věc. Strategie fundraisingu se utváří již v začátcích vzniku neziskové organizace, týká se rozmyšlení, kdo bude mít zájem poslání rozvíjet a podporovat. Vzdělávat by měla organizace především vysvětlováním svého poslání, svých vizí a také prostřednictvím různorodých akcí, které připraví. Pravdivost komplexně veškerých informací, tekoucích z neziskové organizace k veřejnosti, dárcům nebo komukoli jinému, je samozřejmostí. Některé informace, jako výroční zpráva, musí být veřejně dostupné a v zásadě také pravidelně, včasné, spolehlivě a úplně vydávané. Ti, kteří v organizaci pracují, kteří ji prezentují, by měli vykazovat zdravý optimismus a nadšení. Vděčnost za darované jakékoli zdroje je již morální zásadou, na kterou by se nikdy nemělo zapomínat. Dle fundraisingového plánu a nashromážděných informací lze vyvodit výsledky potřebné k dalšímu vývoji neziskové organizace. (Boukal a kol., 2013).

## 4.4 Crowdfunding

Tento pojem je spjatý s moderním životem, který zahrnuje internet, tedy webové stránky a sociální sítě. Široká škála veřejnosti, díky internetu, má možnost podporovat různé projekty také neziskových organizací. V zásadě jde o to, že na daný projekt darují finanční prostředky jednotlivci, jedná se většinou o menší obnosy, v krátkém časovém rozmezí, cílí k vytyčené sumě. Je na každém jednom, jaký příspěvek chce darovat.

Existuje také forma, kde lidé darují nápady, řešení, zpětné vazby apod. a tím pádem vyvíjejí, motivují a inspirují organizaci. Objevuje se tu také možnost získat cenné informace, zda má smysl projekt vůbec uskutečňovat, a to na základě právě nápadů od různých lidí a také zda projekt financují již před začátkem vzniku.

Mezi značné výhody crowdfundingu patří zejména žádné poplatky, hodnotit či přispívat může kdokoli, online systém, dosažitelné prostředky, možnost podpořit jiné zajímavé projekty nežli tradiční apod. Projekty neziskových organizací jsou nejčastěji z následujících oblastí – společnost a komunita, zdraví, zvířata, umění a kultura, děti a vzdělávání, věda a technologie apod. Za zmínku stojí také nejznámější platforma právě pro neziskové organizace, jímž je „Darujme.cz“. (Krechovská a kol., 2018).

## 4.5 Marketing

Marketing se v dnešní době již zaměřuje na uspokojování spotřebitele. Zaprvé se organizace snaží hledat, co konkrétně zákazník potřebuje a chce, a poté se ho snaží co nejlépe uspokojit. Nejefektivnějším způsobem, jak najít to, co zákazník chce a potřebuje, je ho dokonale poznat a svým způsobem mu ušít nabídku na míru. Marketingové řízení se samozřejmě také zaobírá hledáním nových klientů, ale nesmí zapomínat na udržování a pečování o ty aktuální.

Obecně lze říct, že neziskové organizace jsou marketingově založené, a to proto, že díky nástrojům a strategiím marketingu se dlouhodobě udržují a dokonce rozvíjejí. „Marketing jako cílené, profitově orientované jednání je pro neziskovou organizaci klíčovou aktivitou řízení, která prostupuje všechny úrovně její činnosti a směřuje k identifikaci, předvídání a uspokojení potřeb uživatelů služeb a k naplnění filantropických potřeb organizace samotné i jejích podporovatelů.“ (Bačuvčík, 2011, s. 21).



Právě díky dobře zvládnutému marketingovému řízení se stává organizace pro potenciální podporovatele, investory, dobrovolníky, klienty a celkově veřejnost atraktivní. V zájmu je zde také utváření přátelských mezilidských vztahů v souladu s upřímnou a jasnou komunikací.

Mezi aktuálně nejrozšířenější trendy týkající se marketingu v neziskovém sektoru patří tzv. Guerilla marketing. Jedná se o záměrně šokující design, jež vyvolává diskuze na různá důležitá témata. Kupříkladu v roce 2009 v Německu světové hnutí Amnesty International bojující za lidská práva poslalo na pás na více letištích průhledný kufr, v němž byla žena. Tato kampaň upozorňovala širokou veřejnost na problém s obchodem s bílým masem. Toto hnutí vytvořilo také tapety na mobilní telefony značky iPhone pod názvem „iPhone Wallpaper chains“, kde při uzamčení telefonu byly znázorněny ruce spoutané řetězy a po odemknutí zařízení se řetězy uvolnily. Další zajímavou reklamou, tzv. tissue-packing advertising, je tvoření vlastních designů obalů papírových kapesníků. Jde o to, že na obal dáte svůj nápad a spotřebitel daných kapesníků uvidí vaši reklamu pokaždé, když bude potřebovat kapesník použít. Buzzmarketing zaujímá své místo na sociálních sítích, kde rozvíří kontroverzní témata, která se díky zajímavému obsahu šíří mezi lidmi sama od sebe. (Krechovská a kol., 2018).

## **4.6 Public relations**

V překladu public relations znamená vztahy s veřejností. „Cokoliv uděláte pro to, aby o vás (o vaší organizaci) mluvili dobře jiní, patří do public relations.“ (Šedivý & Medlíková, 2012, s. 30). K úspěšnému fungování fundraisingu je velmi důležité budovat jedinečnou značku, dobré jméno a skvělou image organizace. Toto vše dohromady zastává celkové poslání, vize a hodnoty dané organizace. V zásadě je to vždy pouze o lidech, je tedy prioritou jednat upřímně, srozumitelně a laskavě, a to nejen s investory, dárci a klienty, ale také se svými dobrovolníky a pracovníky. Aby vše fungovalo, musí se zkoordinovat následující aktivity, které dostaly svůj název, jímž je „nástroje public relations“.

## **Komunikační strategie**

Jedná se o sestavení cílů v rámci celkové strategie organizace, které se týkají komunikace jak navenek, tak také uvnitř organizace. Lze zahrnout také rozšíření povědomí o značce skrze právě komunikaci.

## **Firemní kultura**

Firemní kultura jednoznačně ovlivňuje celou image organizace. To, jak se pracovníci chovají k sobě navzájem, vždy vystupuje i navenek. Je bezprostředně důležité nastavit jasná pravidla chování, vystupování a dodržování standardů organizace. Při přijímání nových pracovníků je předně nutné zjistit ztotožnění s posláním a také je seznámit se zavedenými pravidly a zvyklostmi. Patří sem také dress code, prostředí uvnitř organizace, úroveň spolupráce, komunikace s nadřízenými, různé odměny, postihy apod.

## **Webové stránky a sociální sítě**

V dnešní době je samozřejmostí myslet na zviditelnění organizace na webových stránkách a také na sociálních sítích. Běžný člověk se dnes prvně podívá na stránky organizace, zhodnotí výsledky svého hledání a teprve poté se rozhoduje, co se mu nejvíce líbilo a bude chtít zkusit. Obsahem bývá Výroční zpráva, téměř veškeré informace o organizaci (celkové poslání, vize a hodnoty), lidech pracujících pro danou organizaci, přehled pořádaných akcí, reference od klientů a poskytovatelů darů, různá ocenění apod.

## **Tištěné materiály**

Tištěné materiály ještě stále také mají svoji hodnotu, a to jak různé brožury, letáčky a příručky dělané pro vlastní pracovníky či klientům a dárcům.

## **Přímá komunikace s významnými subjekty**

Nejen pro neziskové organizace je více než přínosné kontakt se známými lidmi, a to z různých sfér. Mohou to být známí herci, zpěváci a také politikové. Nezastupitelnou roli obsazuje samozřejmě také co nejhlubší znalost majitelů či jednatelů svých dodavatelů, investorů a celkově poskytovatelů finančních a materiálních darů.

## **Pořádání akcí**

Akce se pořádají zejména za účelem získávání, budování a pečování o veškeré kontakty a vztahy, avšak také s cílem získat finanční či materiální prostředky. V plánech akcí se stanovují cíle, kterých je zapotřebí dosáhnout. Do akcí se řadí různé kampaně, koncerty, výstavy, snídaneč či večere, plesy, sbírky apod.

## **Publicita a vztahy s médii**

Neziskové organizace mají velkou vazbu na širokou škálu medií, mezi něž lze řadit televize, rádia, noviny, časopisy, zpravodaje, deníky, internetové portály apod. Komunikace a budování vztahů s mediálními pracovníky nese své ovoce. Pakliže se daná organizace někomu zalíbí a bude zveřejněna, je zisk nových kontaktů na dárce, investory apod. nemalý. (Šedivý & Medlíková, 2012).

## **4.7 Lobbying**

Pojem lobbying znamená ovlivňování a přesvědčování významných lidí, kteří mají rozhodovací vliv v cílené oblasti a obhajování vlastních i cizích zájmů. Jedná se zejména o politickou sféru. Účelově přesvědčovat lze strategicky a dlouhodobě či nárazově a náhodně. Tato aktivita může probíhat napřímo prostřednictvím rozhovorů, dopisování, prezentací, pořádaných akcí apod. nebo také skrze nějakého prostředníka, tj. média, politické strany, sdružení atd. V dnešní době mezi nejúčinnější patří zejména osobní setkání a média.

Z pohledu neziskového sektoru jde především o obhajobu a přesvědčení o významnosti poslání dané organizace a tím pádem získání prostředků. Lobbying se uskutečňuje zejména pro vyřešení nějakého významného problému, kupříkladu posílení práv svých klientů (sociálně znevýhodněných především), lepší životní prostředí, lepší společnost, nastavení vzdělávacího systému apod. Získané peníze jdou tedy na dobrou věc.

Samořejmě člověk či skupina lidí zabývající se lobbyingem v neziskové organizace musí jednat morálně a eticky, myslet nejen na své zájmy, ale snažit se je zkomponovat tak, aby z prosazení vzešlo co nejvíce pozitivního na všechny strany. Je totiž vcelku slabá hranice mezi lobbyingem a korupcí. (Šedivý & Medlíková, 2012).

## 5 Historie sociálního podnikání

S historií sociálního podnikání na území České republiky velmi úzce souvisí pojem filantropie, což v překladu znamená „láska ke člověku“. První známky, tehdy převážně charitativní, humanitární a duchovní pomoci, jsou evidovány už ve středověku a raném novověku. Podpora vznikala pouze pro chudé, nemocné, postižené a staré občany, kteří se nedokázali sami zabezpečit. Filantropii uznávali zejména lidé, kteří byli spjatí s křesťanským náboženstvím. Nadace byly prvními skutečnými neziskovými organizacemi ve 13. století, které z velké části podporovala církev.

Roku 1811 začali vznikat první spolky jako například Pražský Sokol apod. Velký vzestup zažil neziskový sektor od padesátých let 19. století až po první republiku. Samozřejmě druhá světová válka narušila mnoho, včetně právě rozkvětu neziskových organizací mezi lety 1939 až 1945. Poté se snažily opět dostat „zpět na nohy“, avšak nástup totalitního režimu a vládnoucí komunistická strana vymezila pouze tři možné druhy. Prvním byly společenské organizace, jež zahrnovaly masové organizace, které byly centrálně řízené Národní frontou, tj. Komunistickou stranou. Dalšími typy byly politicko-propagační sdružení a družstva. Nashromážděný majetek církve, který zahrnoval charitativní pomoc sociálně slabším lidem, byl zabaven. Alespoň například Československý červený kříž zůstal i nadále fungovat pro dobro lidí.

Na začátku šedesátých let 20. století to začalo opět vypadat pro neziskový sektor slibně, avšak toto obnovování přerušila normalizace roku 1968. Nakonec sametová revoluce v roce 1989 dopřála dobročinnosti její práva na existenci a rozkvět. Prosazování lidských práv, svobody a morální společnosti přetrvává dodnes. (Krechovská a kol., 2018).

## 6 Pandemie Covidu-19

První zmínky celosvětové pandemie způsobené koronavirem SARS-CoV-2 byly zaznamenány v prosinci roku 2019 v Číně ve městě Wu-chan. Velmi rychle se šířící virus pronikl postupně do celého Světa, včetně České republiky, kam dorazil v březnu roku 2020. Tato pandemie ovlivnila obrovskou oblast takřka všech odvětví, tedy společnost, ekonomiku, průmysl, zemědělství, stavebnictví, velkoobchod i maloobchod a samozřejmě také sektor neziskový. Zatímco většina organizací začala upadat, velké množství lidí začalo smýšlet dobročinně vůči lidem slabším nebo v krizi. Na jednu stranu je krize každopádně negativní, avšak mnozí si utřídili své priority a pochopili, o čem život z velké části je, tedy o lidech a vztazích mezi nimi.

### 6.1 Rok 2020

Výzkum v červnu roku 2020 ukázal, že necelá polovina neziskových organizací se obává o své finanční prostředky, reakci investorů, dárců a také dobrovolníků a klientů. Firmy, které byly investory či dárci nyní sami řeší závažné finanční problémy, tudíž není v jejich silách podporovat další. Vlivem finanční tísně není polovina neziskových organizací schopna vyplácet řádné mzdy zaměstnancům a fungovat tak, jak fungovala před pandemií. Značná část organizací byla nucena řadu svých služeb omezit či dokonce přerušit, jednalo se především o paliativní, hospicové a zdravotnické služby. Asi 80 % organizací očekávají, že nebudou moci plnit své závazky týkající se projektů, tedy budou nejspíše nuceni vrátit peněžní prostředky z důvodu neuskutečnění cílů. Dále se také obávají, že v blízké budoucnosti nebudou schopni poskytovat služby svým klientům tak, jako doposud protože přeskupilo své kapacity na humanitární pomoc.

Na druhou stranu neziskové organizace uskutečňují své dobročinné služby lidem, kteří to v krizi potřebují nejvíce i přesto, že takřka každá organizace má strach z plnění svých každodenních činností. Pomáhají na všech frontách, jak jen mohou, bohužel také proto, že stát nejedná zcela efektivně a správně, zřejmě i proto, že je v podobné situaci poprvé. (Redakce Světa neziskovek, 2020).

## 6.2 Rok 2021

Průzkum v lednu a březnu roku 2021 přinesl jasné očekávání, že neziskové organizace budou muset ještě více omezit své aktivity a poskytované služby klientům. Mnohá omezení se údajně dotkla všech neziskových organizací a vliv na každodenní fungování zásadně pocítilo 60 % z nich. Samozřejmě nejhůře na tom jsou v tuto dobu menší organizace, které nemají takovou podporu jako ty známé. Bohužel i v neziskovém sektoru se objevila nutnost propouštění dalších pracovníků, omezování provozu a poskytování služeb.

Přímý kontakt s klienty je bezprostřední potřebou při poskytování většiny služeb neziskových organizací. Právě covidová pandemie však tento kontakt znemožnil a tím pádem značně ovlivnil samotné fungování dobročinných organizací, kvůli čemuž jich každopádně nemálo bylo nuceno ukončit svoji činnost. Nejvíce touto pandemií trpí skupiny lidí, které jsou znevýhodněné a organizace jim nemohou zajistit podporu tak, jako dříve, mezi nejohroženější patří senioři, matky samoživitelky, postižení lidé a lidé bez domova. (Kratochvílová, 2021).

## 7 Hospic Sv. Jiří, o.p.s.

Hospic Sv. Jiří, o.p.s., jak již název napovídá, je obecně prospěšná společnost, jejíž posláním je poskytování obecně prospěšných služeb veřejnosti za předem stanovených a pro všechny stejných podmínek, jak je psáno v kapitole č. 3 „*Druhy sociálního podnikání*“. Hospic Sv. Jiří, o.p.s. provozuje svou činnost momentálně již pouze v Chebu.

### 7.1 Obecné informace

Tato nezisková organizace nabízí veřejnosti především služby v podobě péče o nevyлéčitelně nemocné (paliativní péče) v domácím prostředí tzv. mobilní hospic. Slogan organizace „*Doma je doma... až do posledního okamžiku*“ dává jasně najevo, že jde o snahu dát nemocným možnost dožít odpovídajícím způsobem tam, kde je takřka každému nejlépe, a to doma se svými nejbližšími. (Úvod, n. d.).

Nepochybně myšlenky týkající se umírání jsou značně tíživé, avšak pokud existuje možnost umírat tak, jak jsme žili doposud, je to mnohem snesitelnější. Myšleno umírat v okruhu lidí, se kterými jsme žili po většinu života, spát ve stejné posteli, jíst ze stejného talíře, pít kávu nebo čaj ze stejného hrníčku, odpočívat u knihy v totožném křesle jako před dvaceti lety apod. Další nabízenou službou je poradenství ohledně psychické, sociální a duchovní péče jak nemocným, tak také nejbližší rodině. Nabízené služby Hospic Sv. Jiří, o.p.s. poskytuje bezesporu 365 dní v roce, 7 dní v týdnu a 24 hodin denně, což je upřímně naprosto neuvěřitelná dobrosrdečnost nejen multidisciplinárního týmu. K poskytovaným službám patří také půjčování pomůcek a organizace setkávání svépomocných skupin. (Výroční zpráva, 2021, s. 7).

Na místě ředitelky a statutárního zástupce je nyní Alena Votavová, DiS. Aktuálně tvoří správní radu Hospice Sv. Jiří, o.p.s. devět členů, tedy Mgr. Ivana Čamková, sociální pracovnice, Daniel Čihák, provozovatel Miniantikvariátu, Zdeněk Dančo, ředitel hotelu, Mgr. Libor Dušek, advokát, Jiří Hovorka, novinář, Mgr. Petr Hruška, Ph.D., generální vikář, Ing. Eva Kolařová, ředitelka farní charity, Mgr. Libor Buček a Miroslav Bísek, kazatel. (Výroční zpráva, 2021 s. 8, aktualizováno).

Za informací stojí určitě také to, že mediální tváří Hospice Sv. Jiří, o.p.s. je momentálně herečka Daniela Kolářová. Tato paní souzní s myšlenkou, posláním a samotnou činností této organizace, tvrdí, že je v dnešním životě paliativní péče velmi užitečná, a proto má s touto organizací podepsanou smlouvu o spolupráci. V rozhovoru řekla, že někteří lidé jsou schopni

dělat brutální činy, avšak na druhou stranu zde existují také lidé, jež jsou hodni přirovnání k matce Tereze, jsou neuvěřitelně stateční a dobrosrdeční. Myšlenka této organizace je prý úžasná. (Zprávy z Chebu, 2014).

## 7.2 Historie

Neziskovou organizaci Hospic Sv. Jiří založil MUDr. Ján Cabadaj v polovině roku 2008 tehdy jako občanské sdružení s cílem vybudovat společnost podporující paliativní péči na Chebsku, kde zatím ještě nebylo jediné hospicové lůžko. Především z tohoto důvodu se zde velmi těžce hledali lidé, kteří by uznali a podpořili poslání této organizace. Zpočátku Hospic Sv. Jiří usiloval o vybudování kamenného hospice, což se nepodařilo, tak naplánoval vytvoření mobilního hospice. Ke zviditelnění a prostoupení myšlenky a poslání Hospice do myslí široké veřejnosti pomáhalo množství přednášek, besed, seminářů, konferencí a také společenských a benefičních akcí.

Dříve Hospic Sv. Jiří jako občanské sdružení fungoval spíše jako vzdělávání veřejnosti, což se úplně neblížilo cíli, jež si tato organizace vytýčila, tedy samotné poskytování paliativní péče. Vyšel najevo jasný úkol, a to dát dohromady tým, který bude paliativní péči poskytovat v podobě mobilního hospice. Postupně tento tým organizace vybuďovala a v roce 2013 proběhla transformace na obecně prospěšnou společnost Hospic Sv. Jiří, o.p.s., kterou založili Mgr. Petr Hruška, Ph.D., Mgr. Marie Zemančíková Mentlíková, DiS., Alena Votavová, DiS. a Farní charita Cheb. Cílem nově založené společnosti bylo tedy zahájit provoz mobilního hospice. (Historie, n. d.).

Bohužel do historie se již řadí také známý chebský lékař - neurolog a zejména také odborný garant a vedoucí lékař Hospice Sv. Jiří, o.p.s., pan MUDr. Ján Cabadaj, který v listopadu roku 2020 zemřel ve věku 71 let. (Výroční zpráva, 2020, s. 4).



## **7.3 Poslání, hodnoty, vize, motto**

### **Poslání**

Nedílnou součástí života každého žijícího tvora na této planetě je smrt, které se nelze nijak bránit ani před ní utéct. Smrt hraje v životě nezastupitelnou roli a je bezmezně nutné tento fakt přijmout a smířit se s ním, a to i přes jeho tíživou povahu. Bude se totiž každému jednomu žít značně lépe. Pokud kdokoli ví, že jeho konec přichází, nastává nejen pro něj, ale také pro jeho nejbližší velmi těžké období. A právě pro takovéto chvíle je tu Hospic Sv. Jiří, o.p.s., který dává tomuto různě dlouhému období smysl. Poskytuje pro všechny zúčastněné, tedy nejen umírající, ale také blízké osoby, zdravotní, psychickou, sociální a duchovní velice potřebnou, podporu a pomoc. Výše uvedené myšlenky utvářejí samotné poslání této neziskové organizace.

Naplnění poslání docilují zejména poskytováním služeb mobilní hospicové paliativní péče, podpory nejbližších klientů, spoluprací se zdravotnickými zařízeními v dané oblasti, rozšiřováním povědomí o hospicové péči a také vybudováním kamenného hospice s lůžky. (Poslání a cíle, n. d.).

### **Hodnoty**

Mezi definované a ujasněné hodnoty Hospice Sv. Jiří, o.p.s. patří podpora lidské pospolitosti a rodinných vazeb. Nedílnou součástí je také úcta k lidskému životu ve všech jeho fázích a respekt k lidské důstojnosti v jakékoli nastalé situaci. Lidé zastupující danou organizaci prezentují lidský vstřícný přístup spojený s odborností a profesionalitou. Samozřejmě také prosazují partnerskou spolupráci s klientem i s celou jeho rodinou. Jako poslední svou hodnotu prezentuje Hospic Sv. Jiří, o.p.s. týmovou práci multidisciplinárního týmu. (Poslání a cíle, n. d.).

### **Vize**

„Nepřišli jsme na tento svět umřít, ale žít do posledního okamžiku.“ Toto jsou slova, jež Hospic Sv. Jiří, o.p.s. uvádí ve své vizi. Dává tím najevo, že je důležité vnímat umírání jako přirozenou a smysluplnou součást života každého z nás a že je samozřejmostí toto období prožít v hezkém prostředí a v okolí svých nejbližších. (Poslání a cíle, n. d.).

## Motto

Mottem této neziskové organizace je následující: „Nepřišli jsme umřít, ale žít do posledního okamžiku..“ a proto: „Pospěšme milovat lidi, neboť tak rychle odcházejí...“ (Jan Twardovski, Poslání a cíle, n. d.).

Obr. 4: Motto Hospice Sv. Jiří, o.p.s.



Zdroj: Výroční zpráva, (2021, s. 9)

## 7.4 Cíle

Na rok 2021 si Hospic Sv. Jiří, o.p.s. stanovil celkem 10 cílů, které ve Výroční zprávě psané roku 2022 zhodnocuje následovně.

1. Prvním cílem bylo zajišťovat kvalitní mobilní paliativní péči prostřednictvím týmu v Chebu i v Tachově. Byla poskytnuta odborná péče celkem 108 v Chebu a 32 klientům v Tachově. V roce 2021 se zaměstnanci hospice starali také o klienty, kteří byli nakaženi Covidem-19 v rámci pandemie, díky čemuž nárůst klientů samozřejmě vzrostl. Péče byla poskytnuta nejen v domovech klientů, ale také v domovech seniorů.
2. Jako druhý cíl bylo uvedeno zavedení dětské paliativní péče v rámci mobilního hospice. Bohužel však navzdory pandemii neměl Hospic Sv. Jiří, o.p.s. dostatečnou kapacitu k uskutečnění tohoto cíle a chyběly také finanční prostředky. Díky výnosu z Adventních koncertů ČT se v roce 2022 tento cíl daří uskutečňovat. Na začátku roku 2022 již má Hospic Sv. Jiří, o.p.s. ve své péči dvě nemocné děti.
3. Třetí cíl se týká také dětské paliativní péče, konkrétně poskytování odborné sociální poradenství a pomoc. Společnost zařazuje také podporu a pomoc v případě ztráty dítěte před, při nebo pár dní po porodu, tedy tzv. perinatální paliativní péče.
4. Dalším cílem je plnění zavedeného fundraisingového plánu a zkoušení nových metod. Za největší úspěch považuje v roce 2021 Hospic Sv. Jiří, o.p.s. účast na Adventních koncertech České televize. V rámci fundraisingu byl však plán splněn včetně dalších podporovatelů, díky kterým může tato společnost existovat už od roku 2014, jakými jsou zejména individuální dárci, firemní dárci, benefice, dotace, granty, příjmy od pojišťoven apod.
5. Atestace lékařů byla dalším uvedeným cílem, jehož dosáhl MUDr. Karel Tyrpekl.

6. Plán zahájení paliativní ambulance, která je teprve druhou v Karlovarském kraji.
7. Bohužel rozšíření odborného sociálního poradenství se nezdařilo uskutečnit kvůli ukončení provozu tachovského hospice.
8. Dalším cílem bylo navázání smluvních vztahů s pojišťovny na odbornost a později také na paliativní ambulanci, což je bohužel spíše dlouhodobým cílem.
9. Zvětšit množství zdravotních pomůcek bylo dalším cílem, který se zdařilo splnit nejen díky Česko-německému fondu budoucnosti. Hospic Sv. Jiří, o.p.s. získal pět polohovacích elektrických postelí včetně matrací. Mobilní ultrazvuk získal hospic díky dárcovskému portálu donio.cz, oxygenátor pro dětský hospic má společnost díky velikonoční sbírce v obchodě Globus a poděkování patří také Nadaci Olgy Havlové, díky které má společnost zdravotní a kompenzační pomůcky na půjčování klientům a veřejnosti.
10. Posledním cílem bylo vzdělávání zaměstnanců především v oblasti dětské a perinatální paliativní péče. V době pandemie se školení uskutečňovalo v online podobě. (Výroční zpráva, 2021, s. 18).

#### **7.4 Provozovna Tachov**

Jedna ze dvou provozoven sídlila v Tachově na adrese náměstí Republiky 70. V Tachově poskytovali tu neoddělitelnou součást, jímž je mobilní (domácí) hospicová péče. Tato péče o klienty byla zajišťována v domácím prostředí nepřetržitě. Poskytovala odbornou lékařskou péči, sesterskou péči 24 hodin denně, psychologickou podporu, duchovní podporu. Byla zde možnost také vzdělání nejbližších ohledně péče o umírajícího, také půjčení potřebných zdravotních a kompenzačních pomůcek jako jsou například invalidní vozíky. V poslední řadě poskytovali také sociální a psychologickou pomoc a podporu pozůstalým. (Výroční zpráva, 2021, s. 10).

V Tachovské provozovně za rok 2021 doprovázeli 32 nevléčitelně nemocných, z čehož polovinu tvořily ženy a polovinu muži. Nejstarší nemocný byl ve věku 100 let, oproti tomu nejmladšímu bylo 50 let. U 26 ti klientů se jednalo o onkologickou diagnózu a průměrně v hospicové péči klient strávil 48 dní. (Výroční zpráva, 2021, s. 16).

Provozovna v Tachově ukončila svoji činnost k 31. 08. 2022. Na Tachovsku vzniká nový samostatný subjekt ohledně péče o umírající, který se bude orientovat na tachovský region, je jím Domácí hospic Západ, ve kterém budou fungovat zaměstnanci již bývalého tachovského Hospice Sv. Jiří, o.p.s. (Výroční zpráva, 2021, s. 4).

## **7.6 Provozovna Cheb**

Praktická část této bakalářské práce se bude nadále věnovat zejména právě provozovně Hospice Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu. Druhá z provozoven Hospice Sv. Jiří, o.p.s. sídlí v Chebu na adrese Písečná 677/3.

### **7.6.1 Služby**

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu poskytuje služby v podobě odborného sociálního poradenství a poradenství ohledně paliativní péče. Samozřejmě také již zmíněnou nejdůležitější mobilní (domácí) hospicovou péči a také zajišťuje možnost půjčování pomůcek pro klienty i veřejnost. Specializovanou paliativní péči poskytuje Hospic Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu v domácím prostředí nevléčitelně nemocným lidem prostřednictvím odborné lékařské péče, 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. (Výroční zpráva, 2021, s. 10).

Diagnostikovaná nevléčitelná nemoc v konečné fázi, bydliště na Chebsku, Ašsku, Mariánskolázeňsku, Sokolovsku a alespoň jedna blízká osoba, která je ochotná se celodenně o nemocného starat, společně tvoří podmínky přijetí do Hospice Sv. Jiří, o.p.s.

Po přijetí nemocného do péče, následuje návštěva, kdy do domácnosti přijede lékař a zdravotní sestra a určí plán péče, jak časté budou návštěvy zdravotníků, medikaci apod. Další návštěvou budou ostatní pracovníci týmu na základě potřeb klienta. Zdravotníci vykonávají péči o veškeré tělesné obtíže, k dispozici je také nepřetržitě zdravotní sestra na telefonu, která v případě potřeby kdykoli vyjede na pohotovostní návštěvu. Zajištění pomůcek jako jsou polohovací postele, invalidní vozíky, infuzní pumpy, koncentrátory kyslíku, odsávačky atd. je samozřejmostí.

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu nabízí také poradenství ohledně vyřízení žádostí na nárokové příspěvky, jakými jsou například příspěvek na bydlení, na péči, důchody apod. (Služby pro dospělé, n. d.).

#### **Mobilní specializovaná paliativní péče (mobilní hospic)**

Tuto péči poskytuje provozovna v Chebu svým klientům nepřetržitě. Jedná se o odbornou lékařskou péči nevléčitelně nemocným lidem, kterým je právě díky mobilnímu hospici umožněno dožít své poslední dny ve svém domově v okruhu svých nejbližších. (Výroční zpráva, 2021, s. 11).

Zahrnuta je také odborná zdravotní a psychosociální podpora a zaškolení rodiny v péči

o svého umírajícího blízkého. Snaha o kvalitní a důstojnou fázi konce života je zajišťována prostřednictvím týmu lékařů, zdravotních sester, sociálních pracovníků, psychologů, duchovních a fyzioterapeutů a také individuálním přístupem ke každému jedinci. (Služby pro dospělé, n. d.).

### **Odborné sociální poradenství**

Tato služba je zajišťována podle Zákona o sociálních službách č. 108/2006 Sb. ve znění pozdějších předpisů. Za celý uplynulý rok 2021 Hospic Sv. Jiří, o.p.s. uzavřel 426 smluv a poskytl 1 800 intervencí.

V oblasti sociálního poradenství se jedná o následující rady směřované jak klientům, tak blízkým, kteří se o klienty také starají. V první řadě jde o předání veškerých informací, které mají co dočinění s umíráním a samotným úmrtím. Dále se tu nabízí poradenství s odborným lékařem hospice, zdravotní sestrou, duchovním nebo psycholožkou. Nutností je také ujasnění přehledu o sociálních a sociálně-zdravotních službách, informací o zdravotních nebo kompenzačních pomůckách, informací o sociálních dávkách, které je možno využít a samozřejmě včetně předání kontaktů na službu mobilního hospice. (Výroční zpráva, 2021, s. 13).

### **Půjčovna zdravotních a kompenzačních pomůcek**

Pomůcky, které si lze zapůjčit, jsou k dispozici nejen pro klienty, ale také pro veřejnost za symbolické ceny. Zkušený personál je ochoten s výběrem pomůcek pomoci a následně zaučit v používání. Pomůcky si lze zapůjčit krátkodobě i dlouhodobě. Zapůjčení vzniká na základě sepsání nájemní smlouvy a uhrazení nájemného v hotovosti. Společnost nabízí pomůcky jako invalidní vozíky, chodítka, toaletní židle, nástavce na WC, pomůcky do koupelny apod. (Výroční zpráva, 2021, s. 14).

Pomůcky jsou k dispozici na adrese Karlova 17 v Chebu v úterý (14:00 - 16:30) a ve čtvrtek (14:30 - 17:00). (Půjčovna pomůcek, n. d.).

### **Poradenství v perinatální paliativní péči**

Jedná se o podporu a pomoc při ztrátě dítěte před, při nebo pár dní po porodu. (Výroční zpráva, 2021, s. 14).

## **Svépomocné skupiny**

Mezi nabízené služby Hospice Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu patří také možnost setkávání se s lidmi, kteří mají podobné zkušenosti pečováním o umírajícího blízkého či samotným úmrtím. Tito lidé se vzájemně podporují a pomáhají si. Jde o to, že mohou otevřeně říci své pocity, vyjádřit své emoce a dostane se jim pochopení. Hledají řešení různých problémů týkající se společné zkušenosti s umíráním, co pomáhá a co ne, také v rámci časových úseků.

V Chebu existují tři různé svépomocné skupiny, jimiž jsou pozůstalí dospělí, pozůstalé děti a právě pečující blízcí.

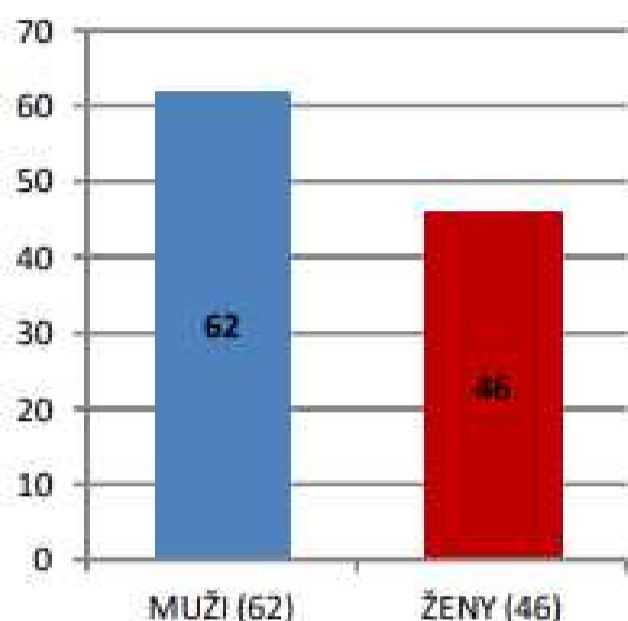
Tato setkávání se konají jednou za tři měsíce pro skupinu lidí o většinou deseti lidech a probíhá zdarma. Lidé mohou přijít jednou či vícekrát a při diskuzi s lidmi se mohou dělit o své zkušenosti, snažit se pomáhat jiným anebo také jen mlčet, poslouchat a inspirovat se. (Svépomocné skupiny, n. d.).

### **7.6.2 Cílové skupiny**

Cílovou skupinou Hospice Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu tvoří nevyčísitelně nemocní lidé, kteří jsou v posledním stádiu svého života, přejí si dožít své dny v pohodlí domova a v okruhu svých nejbližších a mají někoho, kdo je ochoten o umírajícího pečovat. Zároveň pochází z Chebska, tedy z Chebu, Mariánských Lázní, Aše, Sokolova a blízkých okolních vesnic.

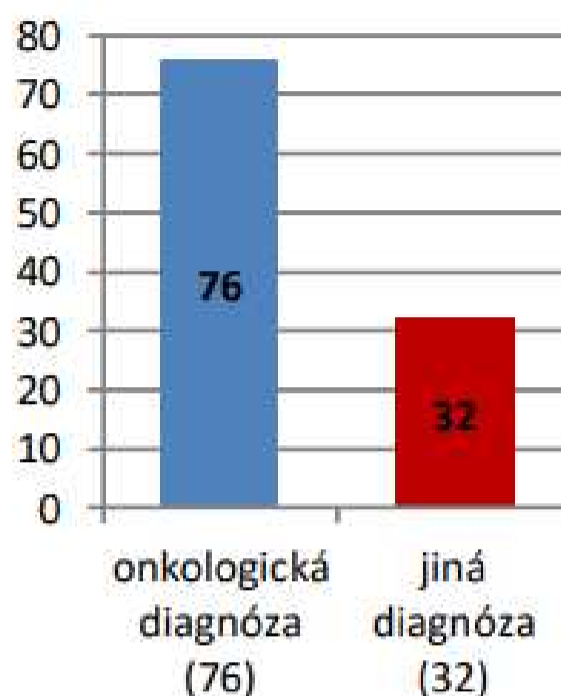
V roce 2021 provozovna v Chebu doprovázela na své cestě na druhou stranu celkem 108 klientů, 62 mužů a 46 žen v průměrném věku 70 let viz obrázek č. 5. Nejmladším umírajícím byl člověk, kterému bylo pouze 32 let a nejstaršímu 95 let. Průměrně zde klienti strávili 21 dní, a to nejčastěji s onkologickou diagnózou tj. 76 klientů jak je vidno na obrázku č. 6. Těchto klientů bylo celkem 67 opečováváno v Chebu, 17 v Mariánských Lázních, 16 v Aši a 8 v Sokolově, jak lze vidět na obrázku č. 7. (Výroční zpráva, 2021, s. 12).

Obr. 5: Pohlaví klientů



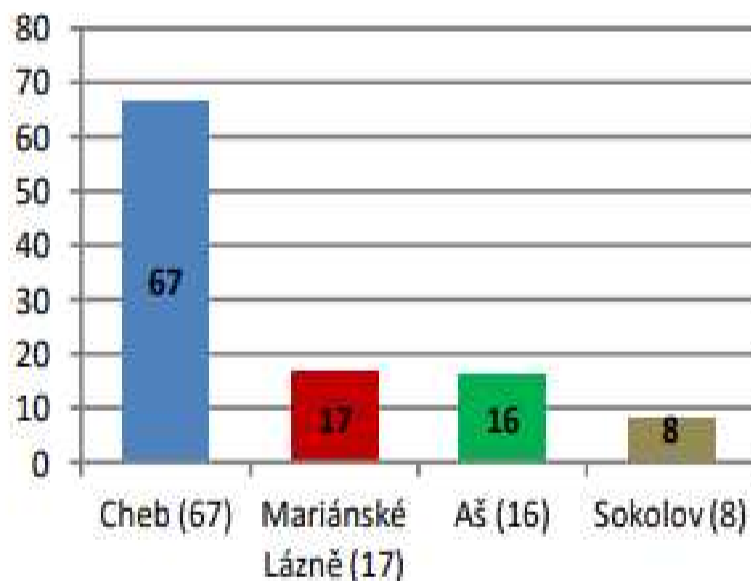
Zdroj: Výroční zpráva, (2021, s. 12)

Obr. 6: Diagnóza klientů



Zdroj: Výroční zpráva, (2021, s. 12)

Obr. 7: Místa poskytovaných služeb klientům



**CHEB (67):** Cheb město (37), Podhrad (1), Františkovy Lázně (7), Libá (3), Milhostov (3), Starý Rybník (1), Plesná (4), Skalná (5), Nebanice (1), Hazlov (1), Hrozňatov (1), Lomnička (1), Luby (1), Malá Šitboř (1)

**MARIÁNSKÉ LÁZNĚ (17):** Mariánské Lázně (7), Zádub-Závišín (1), Tři Sekery (1), Velká Hleďsebe (2), Poutnov (1), Lázně Kynžvart (1), Teplá (2), Klimentov (1), Ovesné Kladruby (1)

**AŠ (16):** Aš město (14), Krásná (1), Hazlov (1)

**SOKOLOV (8):** Sokolov město (2), Kaceřov (1), Rotava (1), Kynšperk nad Ohří (2), Kraslice (1), Habartov (1)

Zdroj: Výroční zpráva, (2021, s. 12)

## **Proces přijímání klientů**

Diagnostikovaná nevyléčitelná nemoc v konečné fázi, bydliště na Chebsku, Ašsku, Mariánskolázeňsku, Sokolovsku a alespoň jedna blízká osoba, která je ochotná se celodenně o nemocného starat, společně tvoří podmínky přijetí do Hospice Sv. Jiří, o.p.s.

Po přijetí nemocného do péče, následuje návštěva, kdy do domácnosti přijede lékař a zdravotní sestra a určí plán péče, jak časté budou návštěvy zdravotníků, medikaci apod.

Další návštěvou budou ostatní pracovníci týmu na základě potřeb klienta. Zdravotníci vykonávají péči o veškeré tělesné obtíže, k dispozici je také nepřetržitě zdravotní sestra na telefonu, která v případě potřeby kdykoli vyjede na pohotovostní návštěvu.

Zajištění pomůcek jako jsou polohovací postele, invalidní vozíky, infuzní pumpy, koncentrátoři kyslíku, odsávačky atd. je samozřejmostí.

Po úmrtí nemocného služby nejbližším osobám pokračují v rámci psychologické a duchovní podpory společně s řešením všech možných dotazů a problémů. (Služby pro dospělé, n. d.).

### **7.6.3 Zájmové skupiny (stakeholders)**

Zájmových skupin neboli tzv. stakeholderů Hospice Sv. Jiří, o.p.s. je celá škála. Zejména jde o zaměstnance, kteří jsou zde na různé typy pracovních úvazků. Jedná se o ředitelku, vedoucí, fundraisery, odborné garanty, vedoucí lékaře, lékaře, vrchní sestry, zdravotní sestry, sociální pracovníce, psychology, duchovní, grafiky, fyzioterapeuty, údržbáře a lidí zajišťující rozvážky pomůcek a další pracovníky. (Výroční zpráva, 2021, s. 17).

Další zájmovou skupinou jsou samozřejmě klienti a jejich rodiny, kteří využijí nabízených služeb Hospicu, ať už se jedná o mobilní hospicovou péči, poradenství či návštěvování svépomocných skupin.

Dále jde o dárce, poskytovatele finančních, materiálních a jiných účelových prostředků. Tedy veřejná správa, která zajišťuje různé dotace a granty. Dalším významným investorem bývají nadace a nadační fondy. Individuální dárce, což jsou jednotlivci či skupiny lidí, kteří poskytují Hospicu, co zrovna mohou. Patří sem také různé firmy a živnostníci, kteří mají ve svých zájmech podporu Hospicu.

Mezi zájmové skupiny této neziskové organizace lze zařadit také její mediální tvář, tedy herečku Danielu Kolářovou. V poslední řadě také skupinu lidí zajímající se z jakéhokoli důvodu o daný Hospic z široké veřejnosti.



#### 7.6.4 Finanční zdroje

Bez získávání finančních zdrojů by nezisková organizace Hospic Sv. Jiří, o.p.s. nemohla existovat. V tabulce č. 1 jsou uvedeny konkrétní částky od podporovatelů dané organizace za rok 2021.

Tab. 1: Finanční zdroje 2021

Veřejné rozpočty	2 491 386 Kč
Pojišťovny	2 018 145 Kč
Nadace	1 848 274 Kč
Ostatní dárci	1 129 357 Kč
Firmy - dary	844 470 Kč
Vlastní - výkony	770 914 Kč
Klub přátel	559 092 Kč
Vlastní - veřejná sbírka	229 151 Kč
Církevní dary	224 211 Kč
Materiální dary	173 154 Kč
Firmy - reklama	125 000 Kč
Pravidelní dárci	122 572 Kč
Půjčovna	97 386 Kč
Vlastní - ostatní	82 061 Kč
Ostatní NNO	62 154 Kč
<b>CELKEM:</b>	<b>10 777 327 Kč</b>

Zdroj: Příjmy 2019-2021, zpracováno autorkou

Je patrné, že největší množství finančních prostředků plyne z veřejných rozpočtů. Dále pak díky uzavření smluvních vztahů s pojišťovnami plyne velká částka na chod a rozvoj organizace právě od pojišťoven. Dalšími významnými dárci jsou nadace a ostatní dárci.

#### 7.6.5 Charitativní akce

Nedílnou součástí existence neziskové organizace je pořádání benefičních akcí v různých formách, ze kterých organizace, pro kterou je akce pořádána, těží ve více oblastech. Jednak získává prostředky na chod a rozvoj, ale také se rozšíří povědomí veřejnosti o

organizaci. Tyto akce pořádají zpravidla podporovatelé dané organizace, nadace či nadační fondy nebo organizace sama zejména v rámci sportu a kultury.

### **TESCO Vy rozhodujete, my pomáháme**

Díky grantovému programu, který pořádal TESCO Nadační fond na realizaci malých veřejně prospěšných projektů a množství žetonů naházených do nádob od veřejnosti obdržel Hospic Sv. Jiří, o.p.s. částku 30 000 Kč a 16 000 Kč. (TESCO Vy rozhodujete, my pomáháme, n. d.).

### **Koncert pražského smíšeného sboru**

Na začátku prosince roku 2022 přijel do Chebu uspořádat koncert Pražský smíšený sbor, který patří ke špičce české neprofesionální sborové scény. Koncert se konal v Chrámu sv. Mikuláše a sv. Alžběty v Chebu a bylo na něj dobrovolné vstupné, které putovalo na provoz Hospice Sv. Jiří, o.p.s. (Koncert pražského smíšeného sboru, n. d.).

### **Františkolázeňská 24hodinovka**

V listopadu roku 2022 se 24 hodin běhalo či chodilo v zázemí Sadové kavárny ve Františkových Lázních v rámci už 14. ročníku na podporu Hospice Sv. Jiří, o.p.s. (Františkolázeňská 24hodinovka, n. d.).

### **Paliacup Luby**

Dne 28. 09. roku 2022 se konal již 13. ročník charitativního golfového turnaje v Lubech. Výtěžek z tohoto turnaje byl poskytnut na činnost Hospice Sv. Jiří, o.p.s. (Paliacup Luby 2022, n. d.).

### **Salming Tour de Hospic**

V září roku 2022 se během tří dnů konala akce, která zahrnovala tři běhy – Františkova pětka, tedy běh na 5 km ve Františkových Lázních, následoval Plesenský půlmaraton v Plesné a končila Skalenskou desítkou ve Skalné. Výtěžek pocházející ze startovného byl rozdělen na tři díly, z čehož jeden dílek putoval na provoz Hospice Sv. Jiří, o.p.s. (Salming Tour de Hospic, n. d.).

## **Adventní koncerty České televize**

Někteří zaměstnanci Hospice Sv. Jiří, o.p.s. si v roce 2021 zkusili natočit hodinový koncert, na který dostali několikastránkový scénář. Znamý moderátor Daniel Stach, který je patronem Hospice, paní Ester Janečková a Jan Potměšil seznámili zaměstnance Hospice se spoustou nových situací. Pan Daniel Stach řekl o své podpoře Hospice Sv. Jiří, o.p.s. následovně: „Přál jsem si podpořit paliativní péči, protože si myslím, že je u nás hrozně moc podceňovaná. Nejde jen o ty, kteří odchází, ale i o jejich blízké, kteří zůstávají a musí se se ztrátou co nejlépe vypořádat a žít dál. Dobrá paliativní péče pomáhá daleko více lidem, než se na první pohled může zdát. U Hospice Sv. Jiří, o.p.s. se mi navíc líbí, že pomáhají přímo v rodinách a odcházející může být tam, kde si přeje, s lidmi, které si přeje.“. (Výroční zpráva, 2021, s. 20).

Níže na obrázku č. 8 a 9 je sepsán kompletní seznam všech benefičních akcí realizovaných v roce 2021.

Obr. 8: Akce 2021

Leden 2021	Tříkrálová sbírka na podporu Hospice Sv. Jiří
16. 3. 2021	Konference APSS ČR s předáním ceny Gratias pro sociální pracovníci hospice – Mgr. Soňu Škvareninovou
21. 4. - 17. 11. 2021	Takoví jsme – kampaň na podporu neziskových organizací, které byl Hospic Sv. Jiří součástí
24. 4. 2021	Celorepubliková sbírka potravin, ke které se již tradičně přidal chebský hospic
10. 5. 2021	Přednáška chebského týmu v DPS Skalka Cheb o doprovázení nevléčitelně nemocných
15. 5. 2021	Bazar oblečení organizovaný paní Světlanou Vokroj v prostorách unipap plus na podporu chebského hospice
19. 6. 2021	Poutní maraton organizovaný Farní charitou Cheb, Římskokatolickou farností Cheb a Běžeckou školou Miloše Škorpila na podporu chebského hospice
26. 6. 2021	Koulení pivních sudů Chodovar – na této akci jsme byli s tachovským hospicovým obchůdkem
31. 7. 2021	Anenská pouť – na pouti pro nás uspořádala Městská knihovna v Plané bazar knih
6. 8. 2021	VETAS čili Veteránský tachovský sedmiboj na Městském stadionu v Tachově na podporu činnosti tachovského hospice
7. 8. 2021	Historické slavnosti v Muzejní zahradě v Tachově – prodej věcí z hospicového obchůdku
21. 8. 2021	Tradiční slavnosti piva, Chodovar 2021 – na této akci jsme byli s tachovským hospicovým obchůdkem
1. 9. 2021	Do školy bezpečně a s úsměvem – akce pořádaná městem Cheb, kde své služby prezentoval chebský hospic
4. 9. 2021	Den pro hospic – na podporu chebského hospice uspořádala paní Světlana Vokroj se spoustou úžasných dobrovolníků a dárců

Zdroj: Výroční zpráva, (2021, s. 21)

Obr. 9: Akce 2021

11. 9. 2021	Lukostřelci Českého lesa podpořili tachovský hospic na své akci v Dlouhém Újezdě
18. 9. 2021	Klíčová dírka ve Františkových Lázních, jejichž část výtěžku putovala na podporu dětského hospice v Chebu
25. 9. 2021	Den zdraví v Mariánských Lázních s prezentací služeb Hospice Sv. Jiří
28. 9. 2021	Paliacup aneb golfový turnaj v Lubech na podporu chebského hospice, každoročně pořádá paní Gabriela Ptáčková
1. - 3. 10. 2021	Salming tour de hospic – tři běhy ve třech dnech na podporu dvou nemocných chlapců a chebského hospice
6. 10. 2021	Papučový den – prezentace významu služby mobilního hospice
6. 10. 2021	Přednáška sociální pracovníce chebského hospice v DPS Kynšperk
8. 10. 2021	Den otevřených dveří ve všech prostorách chebského hospice
9. 10. 2021	Hospicové postřižiny na podporu služeb chebského hospice
17. 10. 2021	SWAP „Vyměň si šatník a podpoř hospic“ – akce zorganizovaná dobrovolníky hospice Kateřinou Lorencovou a Kamilou Všetickovou na podporu hospice
4. 11. 2021	Vzpomínková ekumenická bohoslužba se setkáním pozůstalých organizovaná chebským hospicem
13. - 14. 11. 2021	Františkolázeňská 24hodinovka na podporu chebského hospice za účasti úžasných dobrovolníků a hlavně za koordinace paní Lenky Válkové a pana Zdeňka Danča
14. 11. 2021	Free Fler Market – hospicový bazárek oblečení a všeho možného na podporu chebského hospice
14. 11. 2021	Setkání pozůstalých v tachovském hospici
20. 11. 2021	Sbírka potravin s účastí chebského hospice
27. 11. 2021	Rozsvěcení Vánočního stromu na Přimdě – ženy Tvořilky ve spolupráci s městem Přimda podpořily tachovský hospic
30. 11. 2021	Štědré úterý (Giving Tuesday) – oslava dárcovství pod záštitou Asociace společné odpovědnosti
5. 12. 2021	Adventní koncerty České televize na podporu činnosti Hospice Sv. Jiří
7. 12. 2021	Scuk pro hospic – příznivci farmářských produktů a lokální ekonomiky podpořili tachovský hospic, děkujeme pořadatelům Evě a Michalovi Vaňkovým
26. 12. 2021	Slam poetry v Západočeském divadle v Chebu na podporu chebského hospice pořádaný spolkem Zprávy z Chebu

Zdroj: Výroční zpráva, (2021, s. 22)

### 7.6.6 Vliv Covidové situace

Jako většinu podniků ziskových i neziskových ovlivnila pandemie Covidu-19 také Hospic Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu. Pandemie se v České republice objevila v březnu roku 2020, jak je již zmíněno v kapitole č. 6 této práce. Obecně lze říci, že doba nouzového stavu, která netrvala krátkou dobu, značně omezila kontakt mezi lidmi. Lidé se báli setkávat se s jinými lidmi, navštěvovat různé skupiny bylo zakázáno a počet lidí v jedné místnosti velmi omezeno. Z toho vyplývá, že poptávky po nabízených službách Hospice klesly a zároveň nabízené služby musely být nemálo omezeny.

#### Rok 2019

Před pandemií, tedy v roce 2019 Hospic Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu značně vzkvétal, avšak zatím se jednalo o malou neziskovou organizaci působící na západě Čech.

Hospic v Chebu se v tomto roce pustil do projektu Ministerstva zdravotnictví na podporu mobilních hospiců, a tedy začal zvyšovat své personální kapacity. Úspěšnost toho projektu tkvěla v podepsání smlouvy s Všeobecnou zdravotní pojišťovnou ČR. Navzdory tomu, že Hospic usiloval o podepsání smluvních vztahů také s jinými pojišťovnami, nejsilnější podporou, týkající se finančních prostředků, zůstává v rukou dárců.

Další novinkou v tomto roce bylo to, že se v Chebu 1. 10. 2019 rozjel provoz Půjčovny pomůcek pro veřejnost, do té doby byly pomůcky půjčovány pouze klientům Hospice. (Výroční zpráva, 2019, s. 4).

#### Poskytnuté služby klientům

V roce 2019 provozovna v Chebu doprovázela celkem 89 nevléčitelně nemocných. Trvání péče o tyto klienty na Chebsku bylo 14 dní. Z celkové počtu nemocných se jednalo o 37 žen a 52 mužů v průměrném věku 74 let, avšak nejmladším byl pouze 26 ti letý klient, naproti tomu nejstaršímu bylo 91. Nejčastější příčinou nevléčitelné nemoci byla onkologická diagnóza, tedy celkem 76 lidí a zbylých 13 lidí měli jinou diagnózu.

Z demografického hlediska se o 57 klientů staralo na Chebsku, o 11 na Ašsku, o 14 na Mariánskolázeňsku a o 7 na Sokolovsku a v okolních vesnicích. (Výroční zpráva, 2019, s. 11).

#### Cíle

1. Prvním cílem bylo hledání nových prostorů pro skladování potřebných pomůcek, což se se zdařilo v rámci pronájmu od Města Cheb.

2. Sehnání zdravotnického personálu pro vstupení do projektu Ministerstva zdravotnictví a následného uzavření smluvního vztahu s VZP bylo dalším úspěšným stanoveným cílem.
3. Přihlásit lékaře k předatestačnímu vzdělávání na paliativu se také podařilo, a to díky MUDr. Karlovi Tyrpeklovi.
4. Navázání spolupráce s psychiatrickou MUDr. Věrou Vobořilovou bylo také úspěšným cílem.
5. Registrace ambulance paliativní medicíny a hledání prostor Hospic pro tento rok odložil na další.
6. Zahájení dětské paliativní péče se také odložilo na další rok.
7. Fundraisingové aktivity zajistili dostatek finančních zdrojů na provoz.
8. Registraci odborného sociálního poradenství v provozovně Tachov bylo nutno odložit na další rok kvůli malému úvazku sociální pracovnice.
9. Rozšíření spolupráce mezi chebskou a tachovskou provozovnou se daří úspěšně zajišťovat. (Výroční zpráva, 2019, s. 15).

## Akce

### *Hospicové postřižiny*

V květnu tohoto roku Hospic uspořádal výzvu, kdy se při vybrání částky alespoň 100 000 Kč na činnost Hospice, nechá 5 žen a 1 muž ostříhat na ježka. Nakonec se podařilo vybrat celkem 115 033 Kč, tudíž stříhání proběhlo. Tato výzva samozřejmě nebyla jen pro získání finančních prostředků, ale také k vyjádření potřebného soucitu s lidmi, kteří o své vlasy přišli v rámci onkologického onemocnění. Dokonce ještě Hospic dané ostříhané vlasy daroval Nadačnímu fondu Dlouhoválska.

### *Týden na podporu mobilních hospiců*

V říjnu se konal takový den otevřených dveří, na kterém se nabízely široké veřejnosti veškeré informace ohledně fungování mobilní hospicové služby v rámci přednášek, konferencí a prezentací a hosté měli možnost zakoupení bačkor s názvem DOMA, což symbolizuje samotné motto Hospice Sv. Jiří, o.p.s., tedy, že dožití doma v okruhu svých nejbližších je zkrátka nejlepší. (Výroční zpráva, 2019, s. 17).

Celkově se na podporování Hospice Sv. Jiří, o.p.s. podílí mnoho lidí. Benefiční akce se konají zejména v rámci sportu a kultury, kompletní seznam akcí je sepsán na obrázku č. 10 a 11.

Obr. 10: Akce 2019

1. - 14.1.2019	Tříkrálová sbírka na Chebsku a na Tachovsku
5.1.2019	Tříkrálový koncert v Sokolově
10.1.2019	HC koncert
2.2.2019	Ples pro život
7.2.2019	Koncert Vladimír Merta a Ondřej Fencel
9.2.2019	Prodej Valentýnských srdcí v chebském TESCO
2.3.2019	Masopust v Jindřichovicích
1. - 21.4.2019	Velikonoční dílny
2. - 3.4.2019	Jarní burza v Pastelce
27.4.2019	SWAP v Citicích
28.4.2019	Koncert Městského dechového orchestru
3.5.2019	Koncert ZUŠ pro Hospic
4.5.2019	Hospicové postřižiny II
5.5.2019	Koncert ve FL - sbor Byzantion
11.5.2019	Férová snídane
12.5.2019	TC KROS – krosový běžecký závod v Tachově
18.5.2019	Sbírka potravin – zapojení hospicových dobrovolníků do celorepublikové sbírky
18.5.2019	Přednáška Jakuba Vágnera „Okolo světa“
25.5.2019	Koncert Jaroslava Hutky
1.6.2019	Koncert chrámového sboru v chrámu sv. Olgy ve Františkových Lázních
1.6.2019	Dětský den v Kraslicích - prezentace hospice
18.6.2019	Beseda s pracovníky hospice a promítání filmu VTIP
21.6.2019	Opékání vuřtů v Tangu – setkání s pozůstalými
22.6.2019	Poutní maraton

Zdroj: Výroční zpráva, (2019, s. 18)



Obr. 11: Akce 2019

5.7.2019	Koncert chrámového sboru v chrámu sv. Olgy ve Františkových Lázních
9.8.2019	VETAS (Veteránský Tachovský Sedmiboj)
17.8.2019	Dřevěný člověk - triathlon
24.8.2019	Přednáška Matěje Balgy „Na kole a kajakem kolem světa“
1.9.2019	Valdštejnova desítka
14.9.2019	Festival - Vědomě žít
20. - 22.9.2019	Salming Tour de Hospic
27.9.2019	Seminář v LDN Amica
28.9.2019	PALIACUP - golfový turnaj
1.10.2019	Slavnostní otevření půjčovny pomůcek
7. - 13.10.2019	Kampaň DOMA
7.10.2019	Papučový den
7.10.2019	Den sociálních služeb města Cheb
8.10.2019	Den otevřených dveří v hospici v Chebu
9.10.2019	Den otevřených dveří v hospici v Tachově
10.10.2019	Konference „Zdravotní a návazná péče o pacienty v Chebu a okolí“
10.10.2019	Přednáška Jiřího Kolbavy „Fotograf na cestách – splněný sen“
31.10.2019	Vyhlášení ankety senior roku
31.10.2019	Vernisáž obrazů a dražba
4.11.2019	Ekumenická bohoslužba – setkání s pozůstalými
9. - 10.11.2019	Františkolázeňská 24 hodinovka
11. - 15.11.2019	Týden pro hospice v Nostressu v Karlových Varech
15.11.2019	Koncert Pražského mužského komorního sboru
24. 11. 2019	FREE FLER MARKET - bazárek oblečení
30.11.2019	Rozsvěcení vánočního stromu na Přimdě s výtěžkem pro hospic uspořádaly „Ženy pro vás,“ a „Tvořilky“ z Přimdy.
14.12.2019	Adventní jarmark na zámku v Tachově
15.12.2019	Duo DM Band pořádá pro hospic Vánoční benefiční koncert „Jdi za štěstím“
22.12.2019	Stánek na adventních trzích v Chebu
27.12.2019	Slam poetry
31.12.2019	Silvestrovský běh

Zdroj: Výroční zpráva, (2019, s. 19)

## Finanční zdroje

Níže v tabulce jsou vypsány konkrétní částky plynoucí od podporovatelů Hospice Sv. Jiří, o.p.s. za rok 2019, díky kterým může daná organizace existovat.

Tab. 2: Finanční zdroje 2019

Veřejné rozpočty	2 305 874 Kč
Nadace	1 749 330 Kč
Ostatní dárci	984 168 Kč
Církevní dary	451 891 Kč
Firmy - dary	431 875 Kč
Klub přátel	356 886 Kč
Pravidelní dárci	222 886 Kč
Vlastní - částka vstupné	147 684 Kč
Firmy - reklama	141 500 Kč
Vlastní - výkony	122 684 Kč
Ostatní NNO	112 040 Kč
Vlastní - veřejná sbírka	70 322 Kč
Materiální dary	64 749 Kč
Vlastní - prodej	41 838 Kč
Vlastní - ostatní	16 370 Kč
<b>CELKEM:</b>	<b>7 220 097 Kč</b>

Zdroj: Příjmy 2019-2021, zpracováno autorkou

## **Rok 2020**

Již v březnu roku 2020 dorazila do České republiky zmiňovaná pandemie Covidu-19, která ovlivnila ledacos. Na jaře, když to všechno začalo, personál Hospice Sv. Jiří, o.p.s. řešil problém s nedostatkem ochranných prostředků, a tak požádal veřejnost o ušití látkových roušek. Díky dobročinnosti lidí se nakupilo takové množství roušek, že pokrylo potřeby Hospice a dokonce mohl Hospic distribuovat ochranné prostředky do sociálních i zdravotních zařízení a později také veřejnosti.

Na podzim se Hospic obával, že nezvládne ufinancovat své služby kvůli výpadkům příjmů, se kterými dopředu počítali, a tak všechny své síly vložil do fundraisingu. Dále bohužel v listopadu zemřel odborný garant MUDr. Ján Cabadaj, což zapříčinilo obavy o samotnou existenci, pokud by se nepodařilo sehnat nového lékaře, Hospic by byl nucen ukončit svou

činnost. Bylo tedy nezbytně nutné najít lékaře s atestací na paliativní péči, aby Hospic byl nadále schopný nabízet své služby. To se naštěstí povedlo a v prosinci nastoupila MUDr. Michaela Havlová na zmiňované místo.

Kvůli nouzovému stavu a s ním souvisejících mnoha opatření a omezení se musel personál Hospice naučit provozovat distanční péči, musel se naučit používat všechny možné ochranné prostředky, aby nemusel odmítat i Covid pozitivní klienty. (Výroční zpráva, 2020, s. 4).

### Poskytnuté služby klientům

Za rok 2020 prošlo službami Hospice Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu celkem 140 umírajících. Z čehož se jednalo o 81 žen a 59 mužů v průměrném věku 70 let, přičemž nejmladšímu bylo 28 let a nejstaršímu 96 let. Péče, kterou Hospic těmto lidem poskytl, trval průměrně 24 dnů. Nejvíce byly služby poskytnuty na Chebsku, tedy 96 ti klientům, 25 ti klientům na Ašsku, 8 mi lidem na Mariánskolázeňsku a 11 ti lidem na Sokolovsku. (Výroční zpráva, 2020, s. 10).

### Cíle

1. Prvním cílem bylo poskytovat kvalitní mobilní paliativní péči, což se povedlo realizovat i přes pandemii Covidu-19 v domácím prostředí i v domovech pro seniory.
2. Začít poskytovat dětskou paliativní péči se nepodařilo, avšak byly sehnány prostory pro zázemí týmu a potřebné množství materiálního a technického vybavení.
3. Odborná pomoc při ztrátě, myšleno dítěte v období před, při nebo těsně po porodu se nepodařilo uskutečnit.
4. Dalším cíle bylo i nadále realizovat potřebné fundraisingové aktivity a případně zkoušet nové. Tento cíl se z části povedlo uskutečnit, a to tak, že pandemie způsobila úpadek některých dárců, ale na druhou stranu se povedlo získat nové.
5. Navázání smluvního vztahu s dalšími zdravotními pojišťovkami, což se nepovedlo uskutečnit.
6. Navyšování množství a inovace zdravotních pomůcek se úspěšně daří splňovat převážně díky nadacím a nadačním fondům.
7. Posledním cílem bylo vzdělávání personálu, což se dařilo a personál nabízí kvalitní služby. (Výroční zpráva, 2020, s. 17).

### Akce

Přesto, že Covidová pandemie nemálo zasáhla mnoho lidí, bylo uspořádáno několik benefičních akcí pro Hospic Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu.

Na obrázku č. 12 a 13 je sepsán kompletní seznam všech realizovaných benefičních akcí v roce 2020.

Obr. 12: Akce 2020

leden 2020	Tříkrálová sbírka 2020 realizovaná na Chebsku a Tachovsku
14. 1. 2020	Akce Krajské hospodářské komory – prezentace a sbírka pro hospic
18. 1. 2020	Večírek DHL – převzetí výtěžku z tomboly
25. 1. 2020	Odpoledne s Bleškou – výtěžek pro hospic
26. 1. 2020	Koncert k výročí holocaustu – výtěžek pro hospic
20. 6. 2020	Rock pro Hospic, jednodenní festival
20. 6. 2020	Poutní maraton – výtěžek pro hospic
4. 7. 2020	Koncert Lebendes Grenzland - Živé pohraničí 2020 – výtěžek pro hospic
25. 7. 2020	Koncert v chrámu sv. Olgy ve Františkových Lázních
1. 8. 2020	Koncert Filharmonie v kostele sv. Mikuláše – výtěžek pro hospic
7. 8. 2020	VETAS – VEteránskýTACHOVský Sedmiboj na stadionu v Tachově
11. 8. 2020	Akce sběru elektrozařízení v chebském hospici
15. 8. 2020	Mini slavnosti v Muzejní zahradě v Tachově – Hospicový občůdek
15. – 16. 8. 2020	Bazárek oblečení v Mariánských Lázních na podporu hospice
22. 8. 2020	Slavnosti piva CHODOVAR 2020 – Hospicový občůdek
5. 9. 2020	Den pro hospic v chebské Papírně
11. 9. 2020	Přednáška na střední zdravotnické škole v Chebu
15. 9. 2020	Přednáška na gymnáziu v Mariánských Lázních
19. 9. 2020	Koncert Evy Mokré a pana Matušky na podporu hospice
25. – 27. 9. 2020	Salming Tour de hospic – tři běhy na podporu hospice a dvou nemocných chlapečků
28. 9. 2020	Paliacup aneb golfový turnaj na podporu hospice v Lubech
5. – 11. 10. 2020	Týden pro mobilní hospice
6. 10. 2020	Den otevřených dveří v chebském hospici

Zdroj: Výroční zpráva, (2020, s. 20)

Obr. 13: Akce 2020

7. 10. 2020	Papučový den v Pivních lázních a pivováře v Chodové Plané
7. 11. 2020	Online koncert Legend na podporu dětského hospice
11. 11. 2020	Online přednáška pro Domov pro seniory Kynžvart
14. – 15. 11. 2020	Františkolázeňská 24 hodinovka – online verze
6. 12. 2020	Online koncert Západočeského symfonického orchestru

Zdroj: Výroční zpráva, (2020, s. 21)

## Finanční zdroje

Níže v tabulce jsou vypsány konkrétní částky plynoucí od podporovatelů Hospice Sv. Jiří, o.p.s. za rok 2020.

Tab. 3: Finanční zdroje 2020

Veřejné rozpočty	1 847 928 Kč
Pojišťovny	1 562 506 Kč
Nadace	1 357 915 Kč
Ostatní dárci	735 516 Kč
Firmy - dary	644 562 Kč
Klub přátel	463 900 Kč
Církevní dary	448 686 Kč
Vlastní - výkony	412 616 Kč
Vlastní - ostatní	226 313 Kč
Pravidelní dárci	122 854 Kč
Vlastní - veřejná sbírka	103 476 Kč
Materiální dary	79 144 Kč
Firmy - reklama	68 000 Kč
Půjčovna	50 781 Kč
Ostatní NNO	48 546 Kč
Vlastní - prodej	2 039 Kč
<b>CELKEM:</b>	<b>8 174 783 Kč</b>

Zdroj: Příjmy 2019-2021, zpracováno autorkou

## **Porovnání roků 2019 a 2020**

Vliv Covidové situace byl, jak jistě všichni ví, veliký v mnoha oblastech života lidí. Konkrétně Hospic Sv. Jiří, o.p.s. na začátku pandemie, tedy v březnu roku 2020 trpěl nedostatkem ochranných prostředků a tedy velikým omezením poskytovat službu mobilního hospice. Tato situace byla díky odvaze říct si o pomoc a především dobrovolníkům z řad veřejnosti úspěšně až nad míru vyřešena.

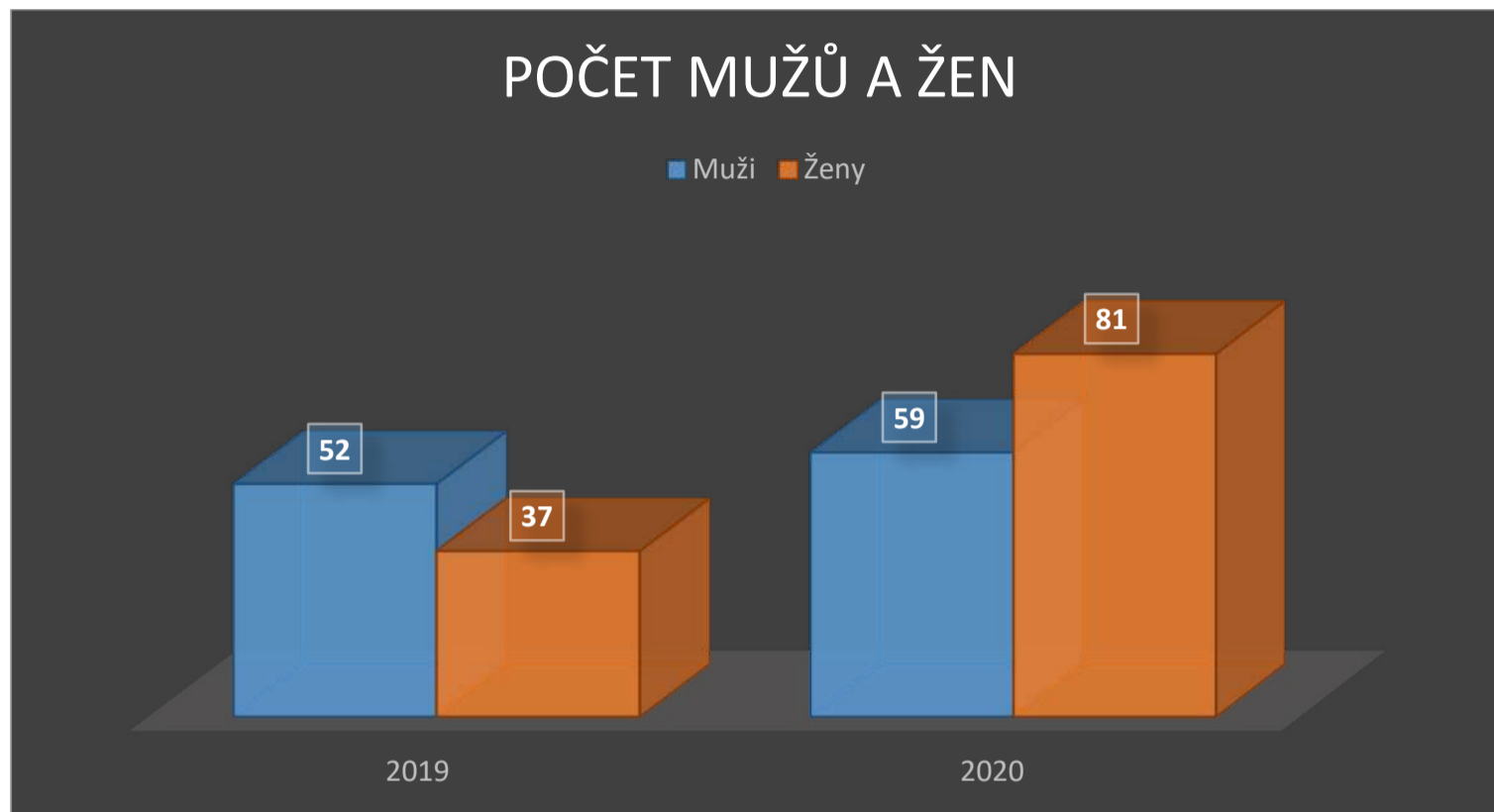
V listopadu roku 2020 proběhla smutná událost, která dovedla Hospic Sv. Jiří, o.p.s. na pokraj existence, a to právě kvůli Covidu, zemřel významný vedoucí lékař a odborný garant MUDr. Ján Cabadaj.

Dalším důležitým faktem bylo to, že se dané neziskové organizaci povedlo v roce 2019

uzavřít smluvní vztah v pojišťovnou VZP, což následně významně pomohlo ufinancovat náklady, jelikož velká část dárců své poskytnuté prostředky velmi omezila.

### Poskytnuté služby klientům

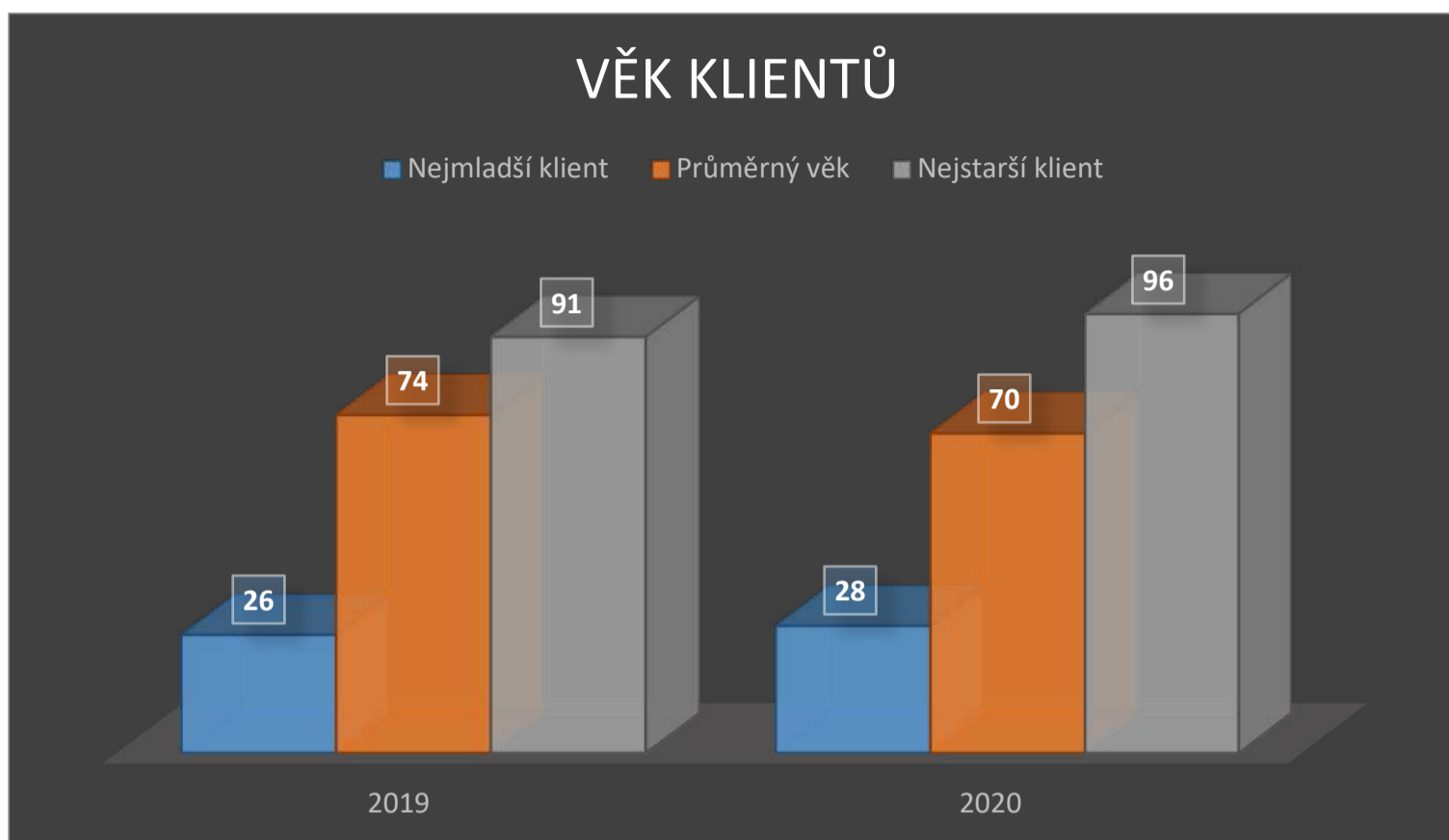
Graf 1: Hledisko počtu mužů a žen



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Z grafu č. 1 je patrné, že v roce 2020, kdy byla pandemie Covidu v plném proudu, měl Hospic Sv. Jiří, o.p.s. 36 % nárůst, co se počtu klientů týče. Pandemie měla tedy teoreticky pozitivní vliv z tohoto hlediska na danou organizaci, avšak na druhou stranu bohužel umřelo více lidí. Hospic Sv. Jiří, o.p.s. pečoval samozřejmě o klienty, kteří měli jinou diagnózu a zároveň byli Covid pozitivní, ale také o takové lidi, kteří umírali právě na Covid-19.

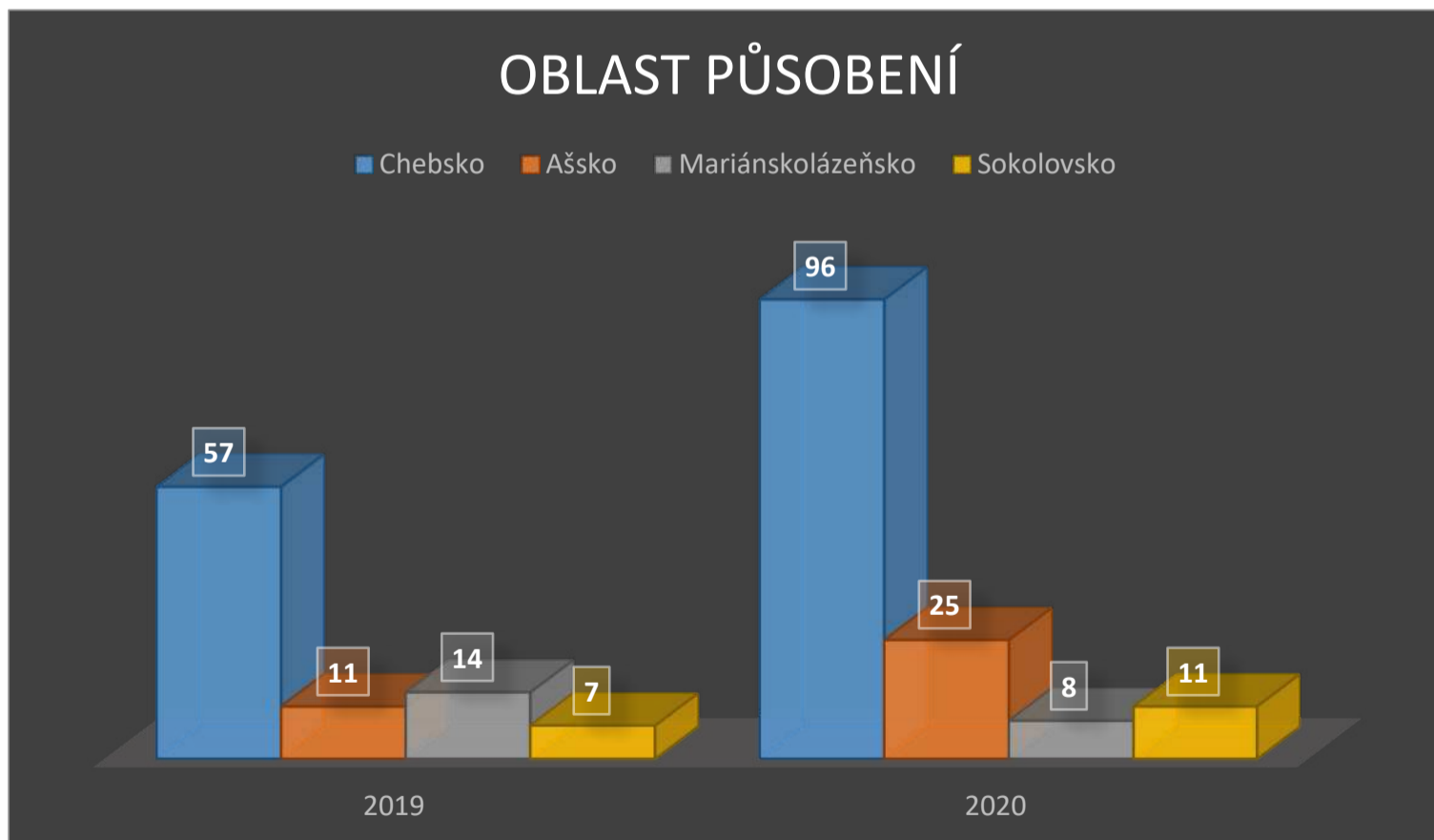
Graf 2: Hledisko věku klientů



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Z hlediska věku klientů nelze soudit, že měla pandemie jakýkoli vliv.

Graf 3: Hledisko demografické

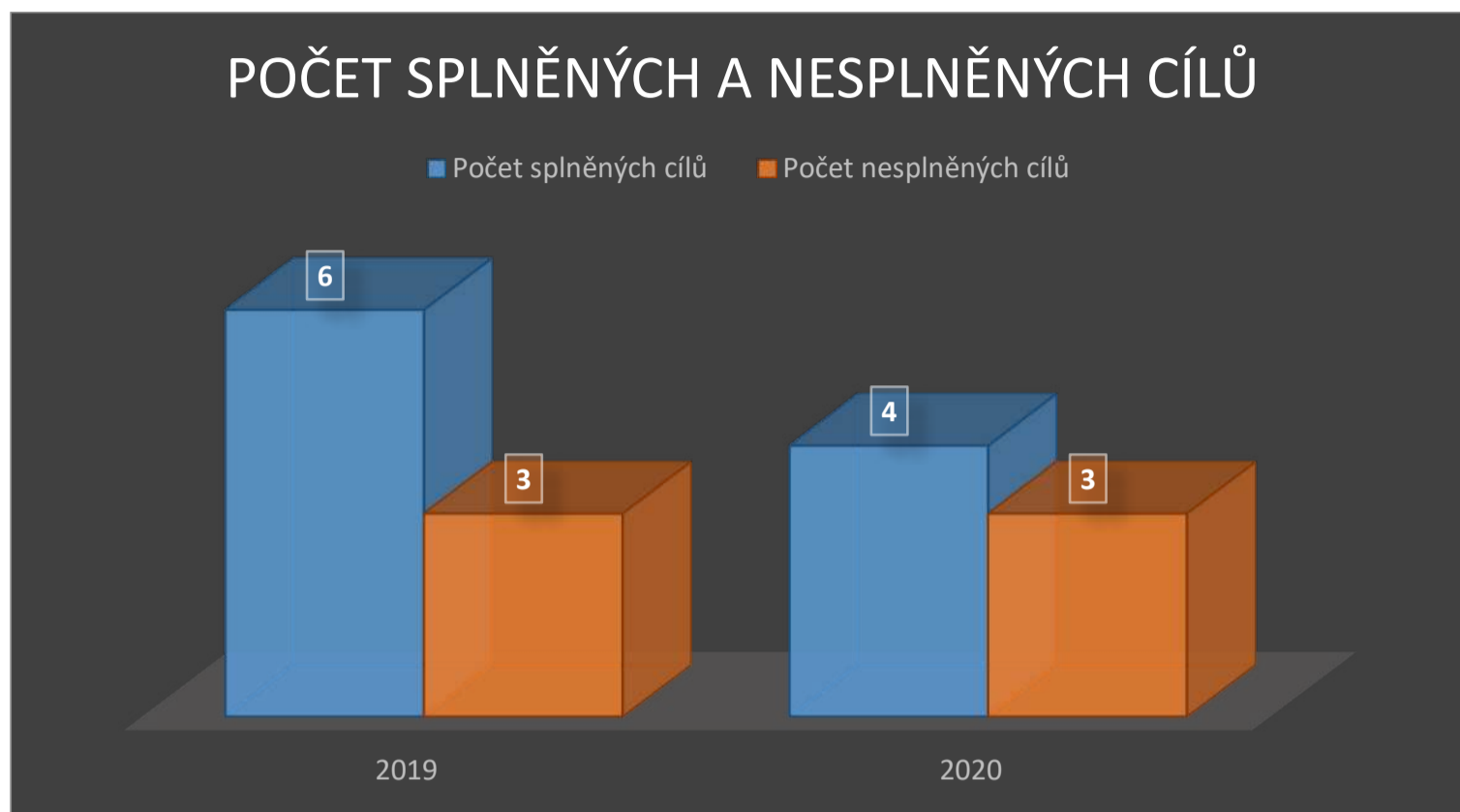


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Dle grafu č. 3, tedy oblasti, ve které personál Hospice poskytoval své služby lze vyčíst, že již zmiňovaný nemalý nárůst klientely byl patrný zejména na Chebsku, a to celkem o 39 umírajících.

## Cíle

Graf 4: Hledisko plnění cílů

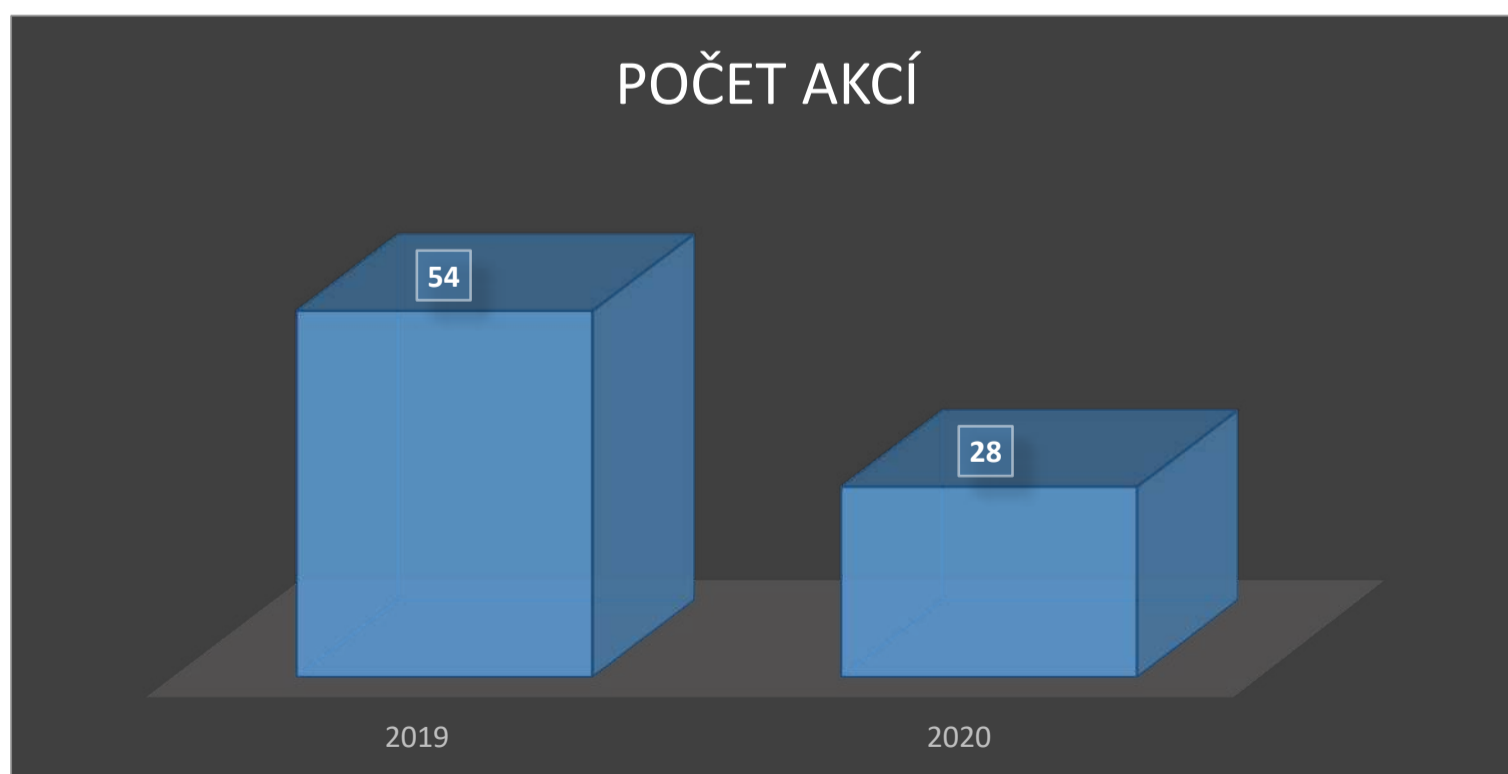


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Na grafu č. 4 je vidno, že z hlediska cílů, se Hospic Sv. Jiří, o.p.s. snažil své cíle plnit, avšak je patrné, že vliv pandemie zde sehrála svou roli. Před Covidem z devíti stanovených cílů úspěšně splnil šest cílů. Naproti tomu v roce 2020, tedy v období pandemie splnil Hospic pouze čtyři ze sedmi stanovených cílů.

## Akce

Graf 5: Hledisko benefičních akcí



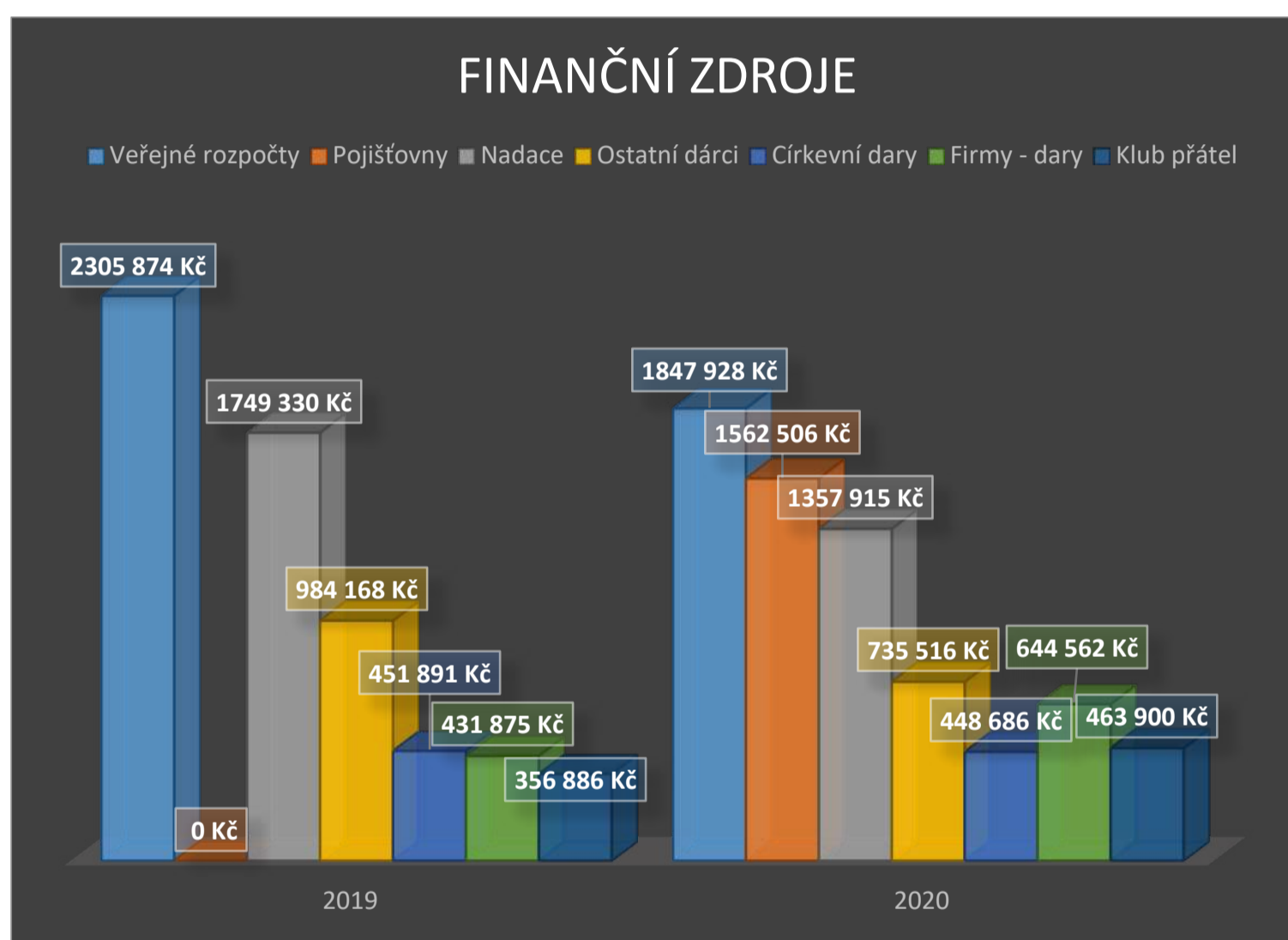
Zdroj: Vlastní zpracování, 2023



Rozdíl mezi situací, co se benefičních akcí pro Hospic Sv. Jiří, o.p.s. týče, je zásadní. Z grafu č. 5 je více než patrné, že se v roce 2020, tedy době pandemie, daných akcí konalo o velké množství méně, takřka o polovinu. Toto zjištění dává najevo, že Hospic měl velké problémy s výpadky příjmů, se kterými dopředu nepočítali. Pandemie vypukla v březnu roku 2020, v březnu, dubnu ani v květnu neuspořádal nikdo žádnou akci, to se povedlo až na konci června tohoto roku, což muselo mít nemalý vliv na fungování neziskové organizace.

## Finanční zdroje

Graf 6: Hledisko finančních zdrojů



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Graf č. 6, který je vytvořen ze sedmi nejvýznamnějších poskytovatelů finančních zdrojů, dává najevo, že pět z těchto dárců více či méně snížilo sumu svých darovaných prostředků. Právě z těchto důvodů bojoval Hospic o ufinancování svých nákladů.

Zdroje plynoucí z veřejných rozpočtů se kvůli pandemii snížily o 457 946 Kč, což je vysoká částka, která Hospici chyběla. Nadace své dary taky omezily, a to o 391 415 Kč. Ostatní dárci taktéž ponížili své dary, a to o 248 652 Kč. Církevní dary klesly o 3 205 Kč.

Naštěstí díky uzavření smluvního vztahu s pojišťovnou VZP se vytvořil příjem od pojišťoven ve výši 1 562 506 Kč, což pokrylo pokles darů od výše popsanych subjektů. V podstatě měl Hospic Sv. Jiří, o.p.s. veliké štěstí, že zrovna před vypuknutím pandemie uzavřel

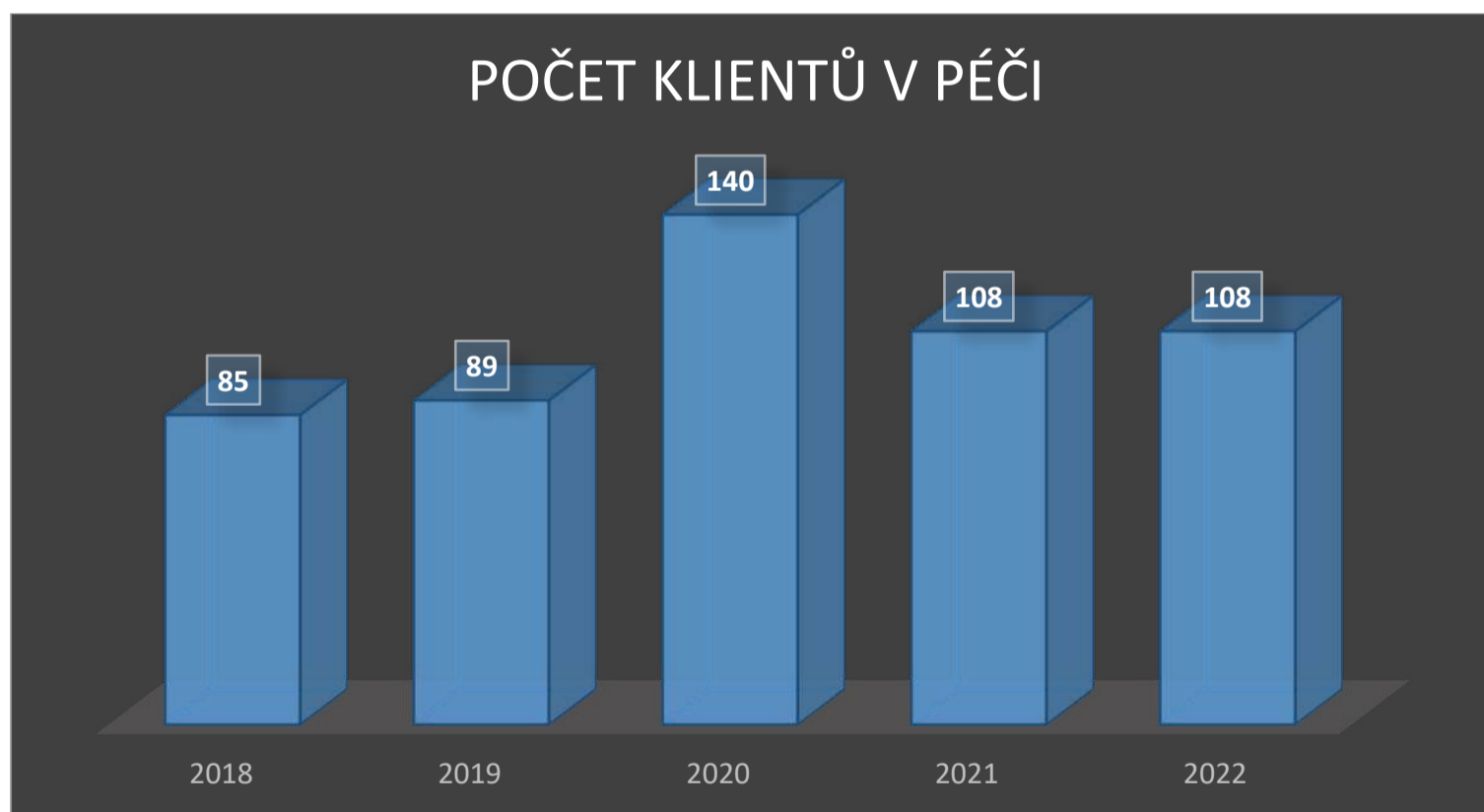
tento smluvní vztah, protože jinak by situace byla mnohem složitější. Dary od firem a poskytnuté prostředky z Klubu přátel se navýšily především díky dobročinnosti těchto daných lidí, kteří si jako málo lidí uvědomili tíživou situaci dané neziskové organizace a podpořili ji, jak jen bylo v jejich silách.

Celkově za rok 2019 Hospic Sv. Jiří, o.p.s. obdržel finanční zdroje ve výši 7 220 097 Kč a za rok pandemie, tedy rok 2020, obdržel 8 174 783 Kč, tedy své náklady zvládl ufinancovat a krize jej, co se finančních zdrojů týče, významně neohrozila.

### 7.6.7 Statistika klientů v letech 2018-2022

Do roku 2019 byl Hospic Sv. Jiří, o.p.s. jen malou organizací s jedinou nabízenou službou, a to poskytování mobilního hospice se zaměstnanci zejména na dohodu o provedení práce. Rok 2019 přinesl změny v samotném fungování a samozřejmě společně s rozvojem poskytovaných služeb. Díky podpoře Ministerstva zdravotnictví, Nadačnímu fondu Abakus a dalších se naskytla možnost nabízené služby dělat profesionálněji a nadále rozvíjet organizaci. (Výroční zpráva, 2021, s. 4).

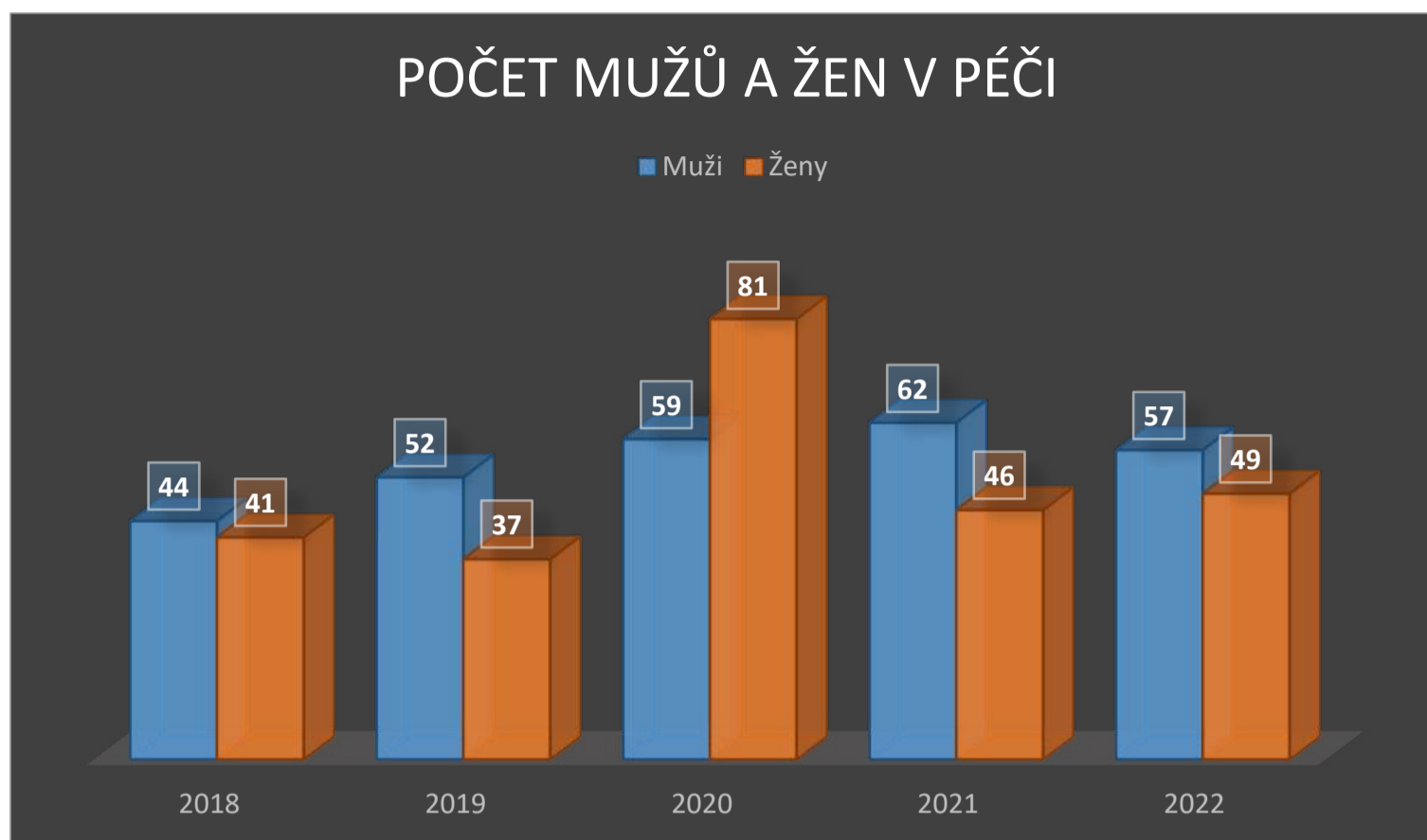
Graf 7: Počet klientů v péči



Zdroj: Statistika v letech 2018-2022, přepracováno autorkou

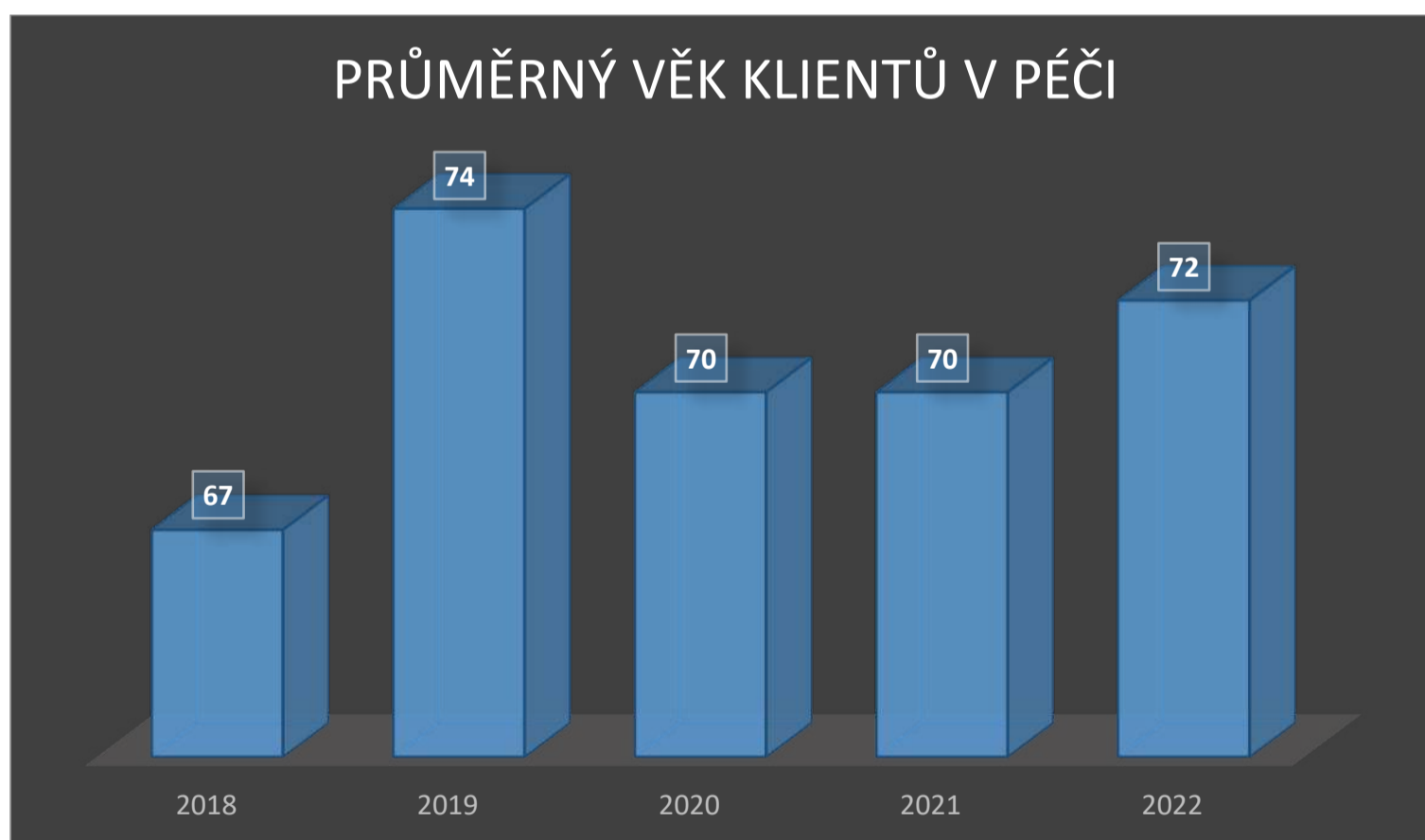
Jak je vidět v grafu č. 7, v roce, kdy probíhala pandemie Covidu-19 byl počet opečovávaných klientů značně vyšší, jinak rok od roku se počet navyšuje, a to díky rostoucímu povědomí o nabízených službách tohoto Hospice a také tomu, že si lidé pomalu začínají uvědomovat důležitost takovýchto poskytovaných služeb.

Graf 8: Počet mužů a žen v péči



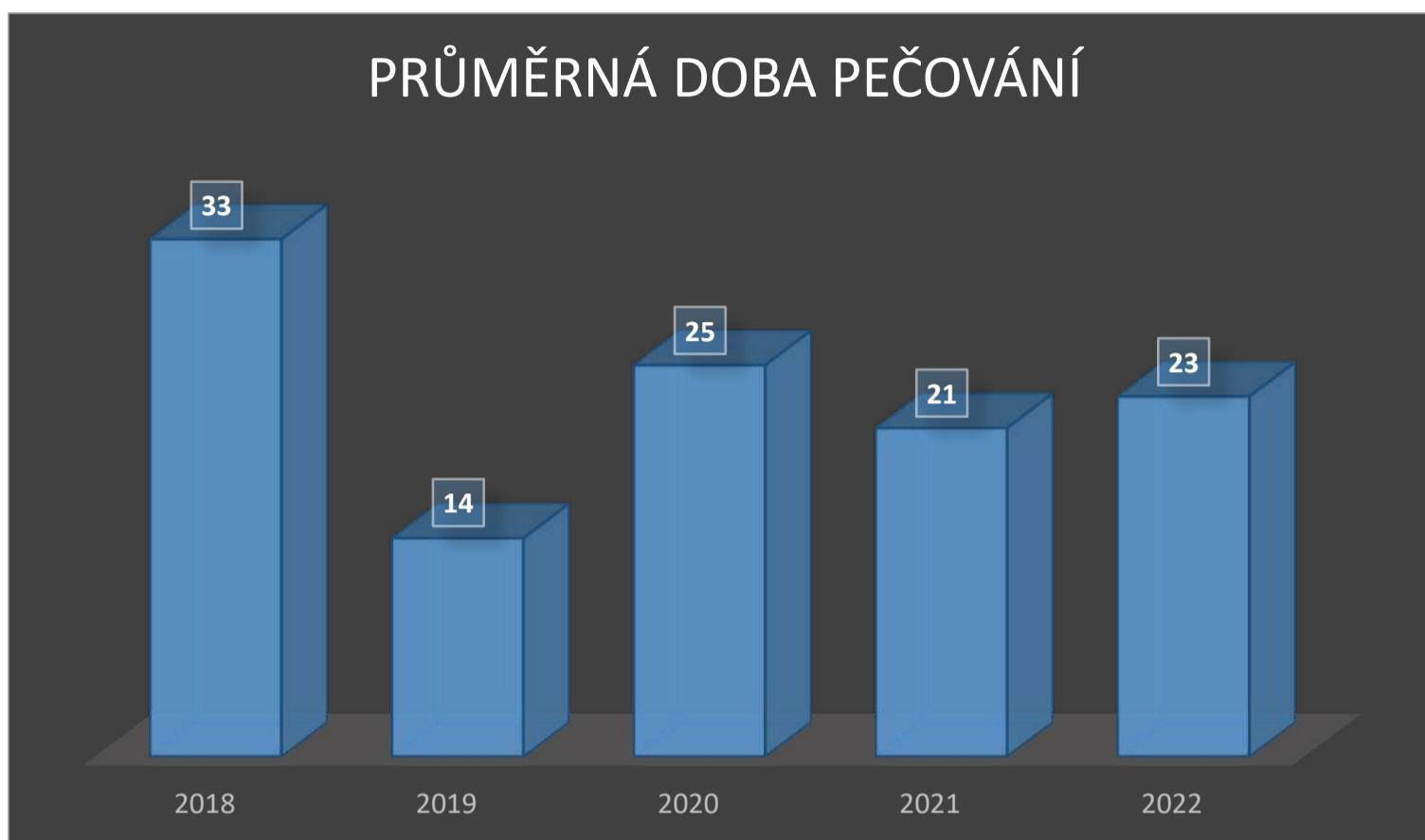
Zdroj: Statistika v letech 2018-2022, přepracováno autorkou

Graf 9: Průměrný věk klientů v péči



Zdroj: Statistika v letech 2018-2022, přepracováno autorkou

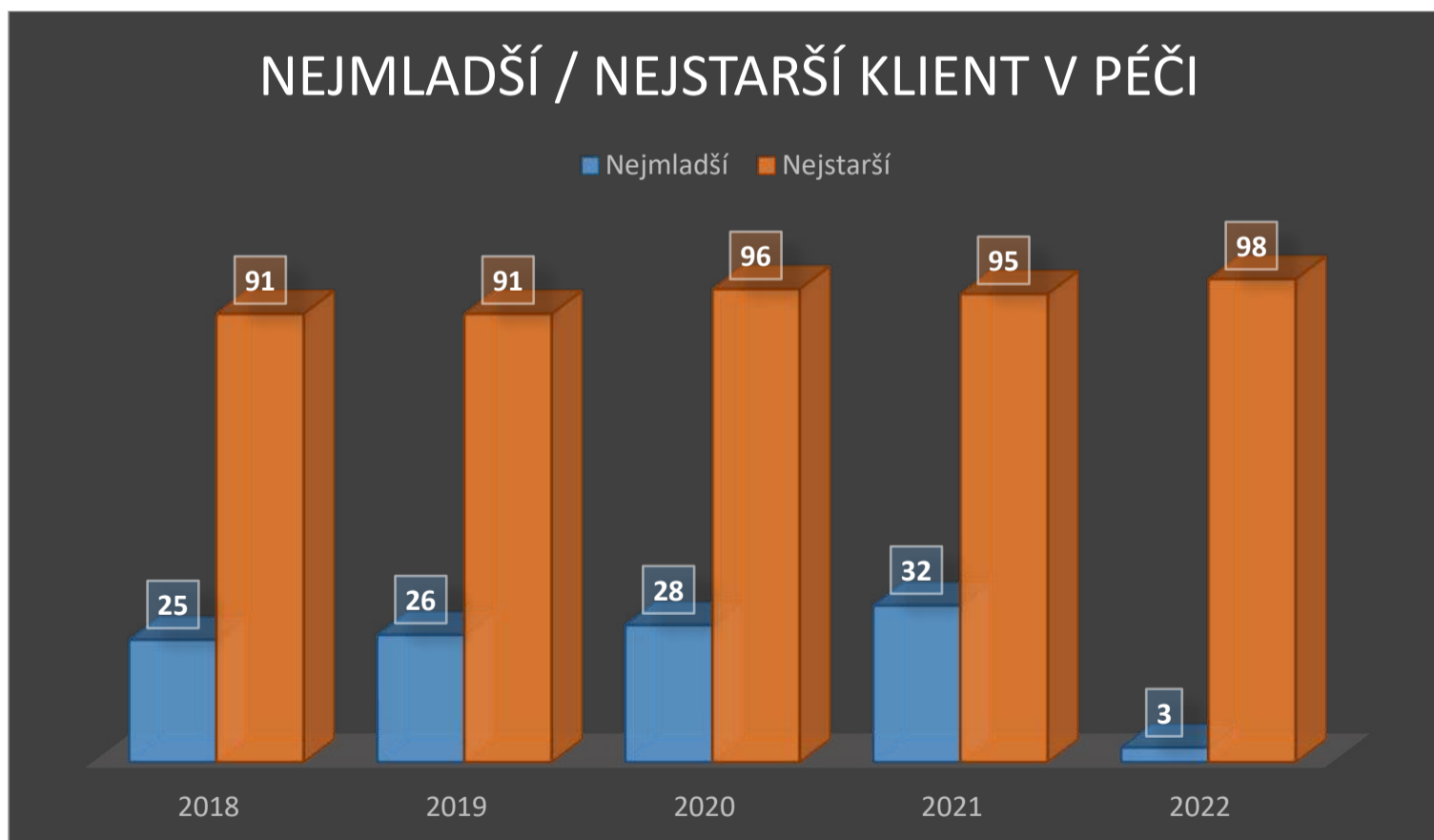
Graf 10: Průměrná doba pečování



Zdroj: Statistika v letech 2018-2022, přepracováno autorkou

Průměrná doba pečování o umírající klienty je v grafu č. 10 myšleno v rámci dnů.

Graf 11: Nejmladší / nejstarší klient v péči



Zdroj: Statistika v letech 2018-2022, přepracováno autorkou

V grafu č. 11, který ukazuje nejmladšího a nejstaršího klienta v průběhu let, je věk myšlen v letech až na rok 2022, kde nejmladšímu klientovi bylo pouze 3 měsíce.

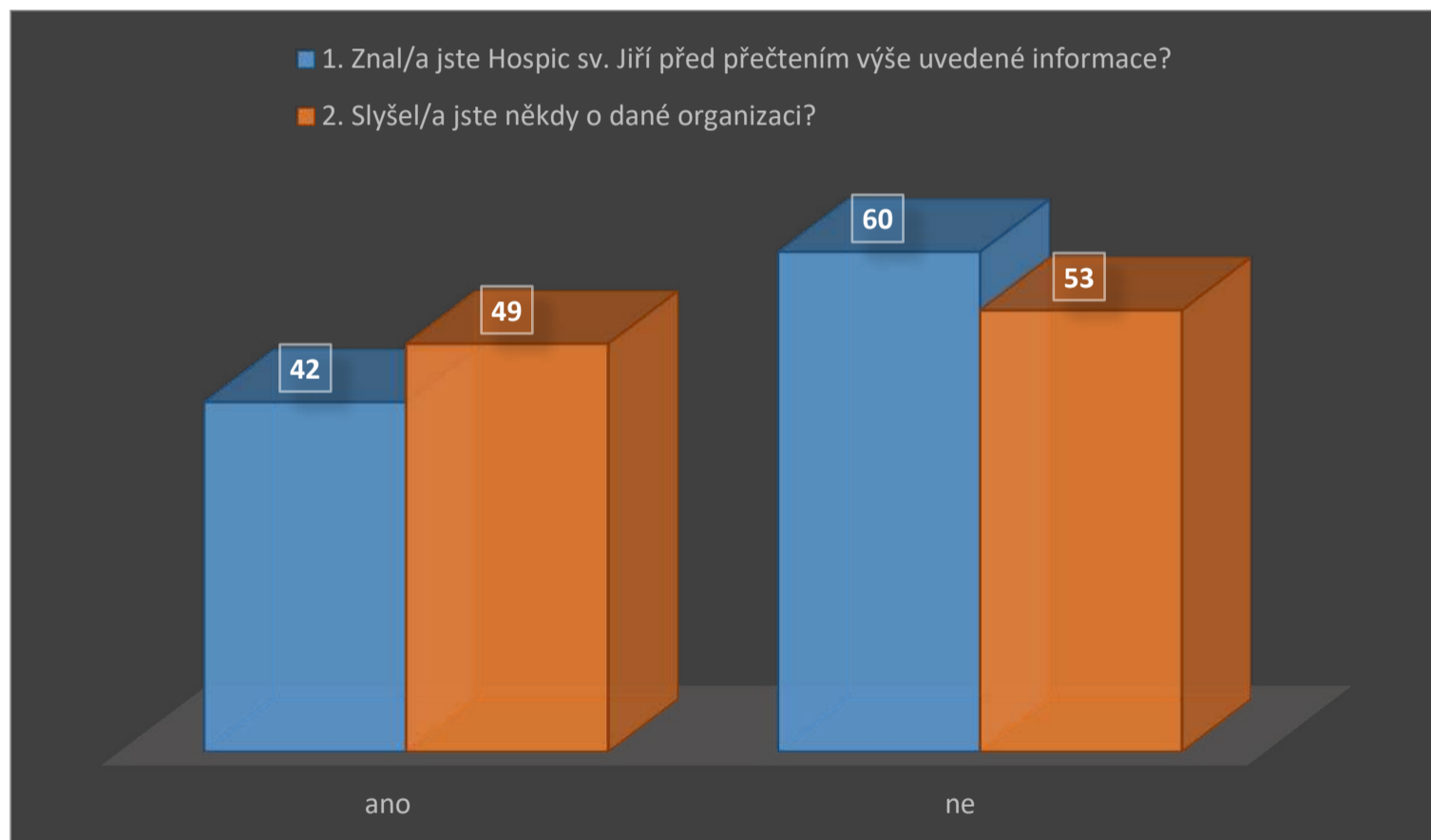
## 7.7 Dotazníkové šetření

V rámci výzkumu této bakalářské práce se autorka zaměřila na dotazníkové šetření, které bylo provedeno na území, kde Hospic Sv. Jiří, o.p.s. působí. Dotazník vyplnilo celkem 102 respondentů napříč pohlavím, věkovými kategoriemi i vzděláním.

Toto dotazníkové šetření bylo provedeno především za účelem zjištění povědomí veřejnosti, na daném území, o Hospice Sv. Jiří, o.p.s., tedy, zda lidé tuto organizaci znají a zda vědí, jaké služby nabízí.

Pod uvedením názvu samotného dotazníku, tedy „Dotazník – Hospic Sv. Jiří, o.p.s.“ autorka uvedla nutné informace, tedy, co znamená pojem hospic a především také jaké služby nabízí daná nezisková organizace.

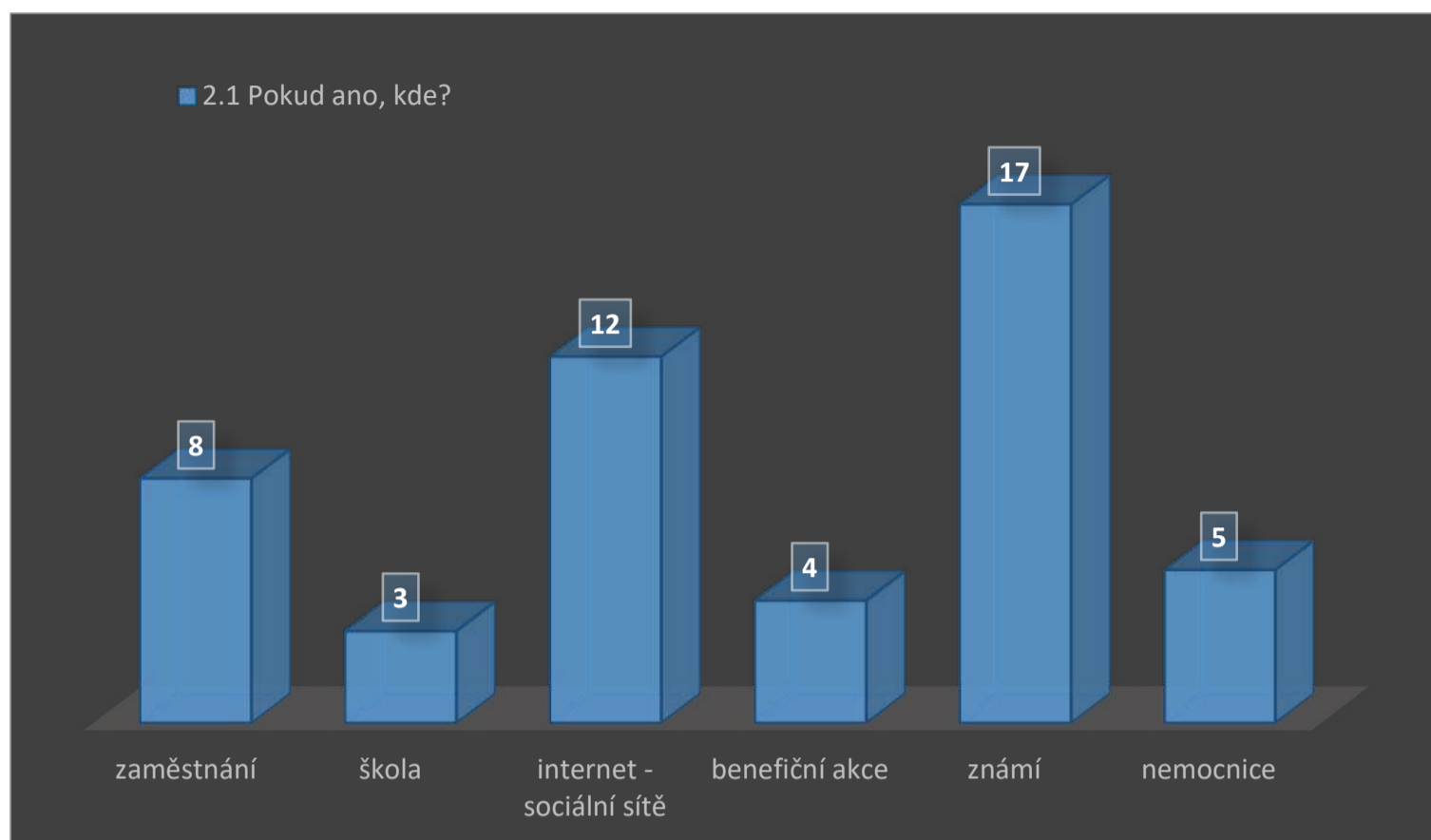
Graf 12: Otázka č. 1 + otázka č. 2



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Na grafu č. 12 je vidět, že větší polovina respondentů Hospic Sv. Jiří, o.p.s. nezná, neví tedy, jaké služby nabízí a neví, že ji lze podporovat, dokonce o ni nikdy neslyšela. Toto zjištění určitě není zrovna pozitivní z pohledu dané organizace. Bude dobré, se zaměřit na nějaké formy propagace Hospice, například formou vylepšení marketingového řízení.

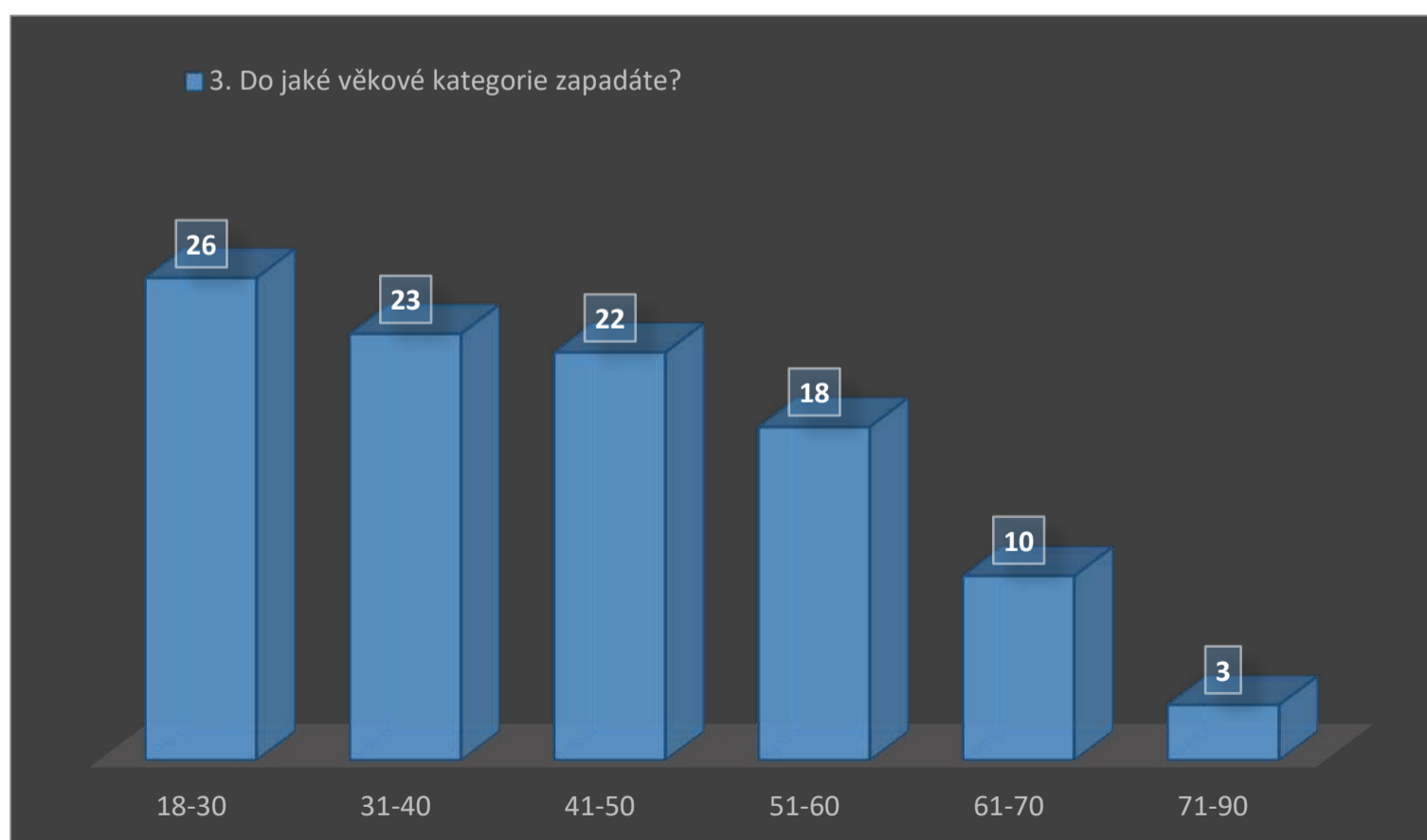
Graf 13: Otázka č. 2.1



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Lidé, kteří o dané organizaci alespoň slyšeli, tak o ni slyšeli z největší části od svých známých a následně ze sociálních sítí. Zde je patrné, že o Hospicu se lidé dozvídají především ze zkušeností jiných, což je tou nejlepší cestou protože pozitivní reference od osoby, která má s organizací vlastní zkušenost je tou nejdůvěryhodnější.

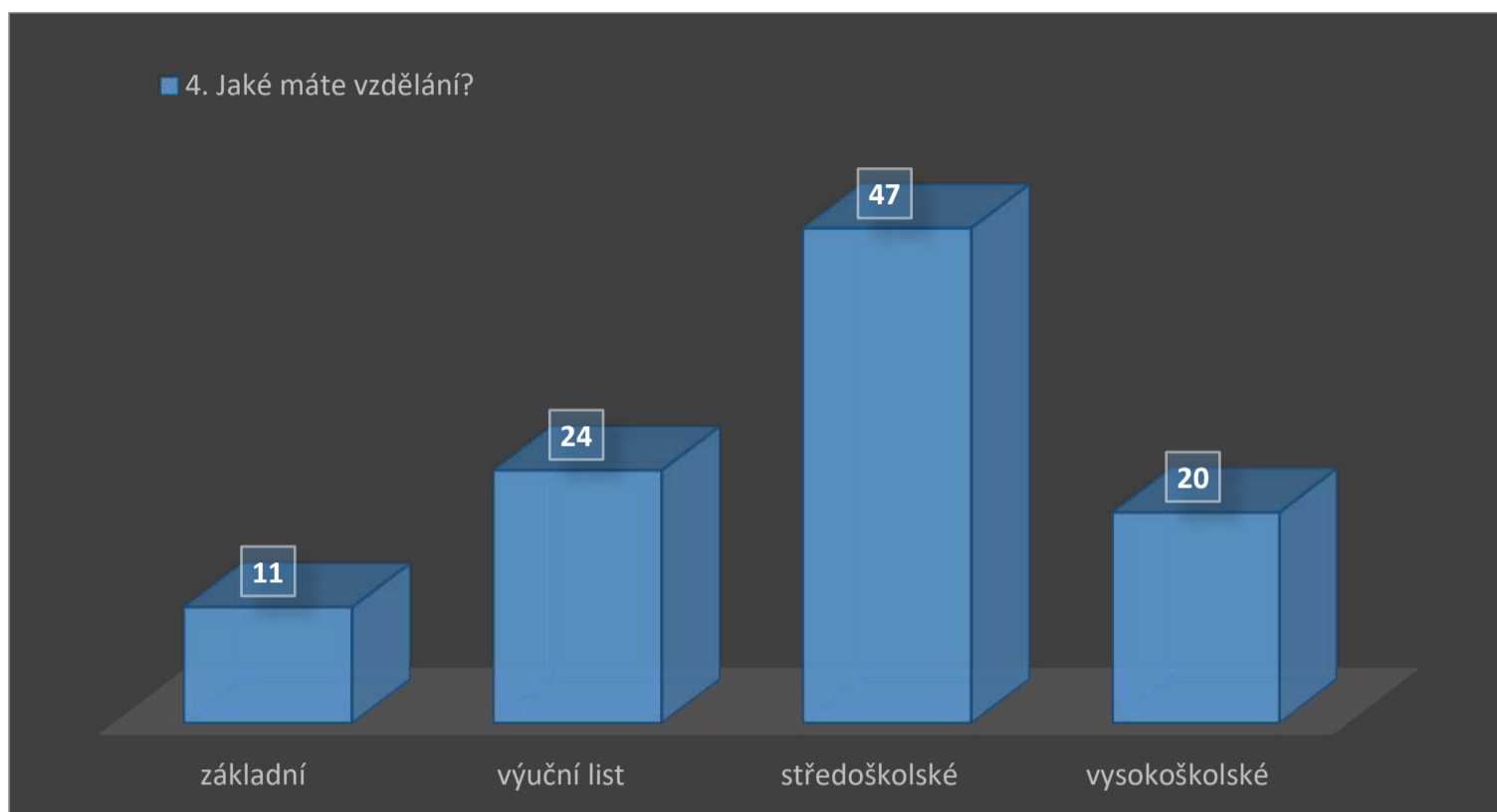
Graf 14: Otázka č. 3



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Z grafu č. 14 je patrné, že dotazník vyplňovali zejména mladí lidé, kteří spíše nemají vlastní zkušenosti s organizací, ale jak je psáno výše, mnozí z nich ji znají od svých známých či ze sociálních sítí na internetu.

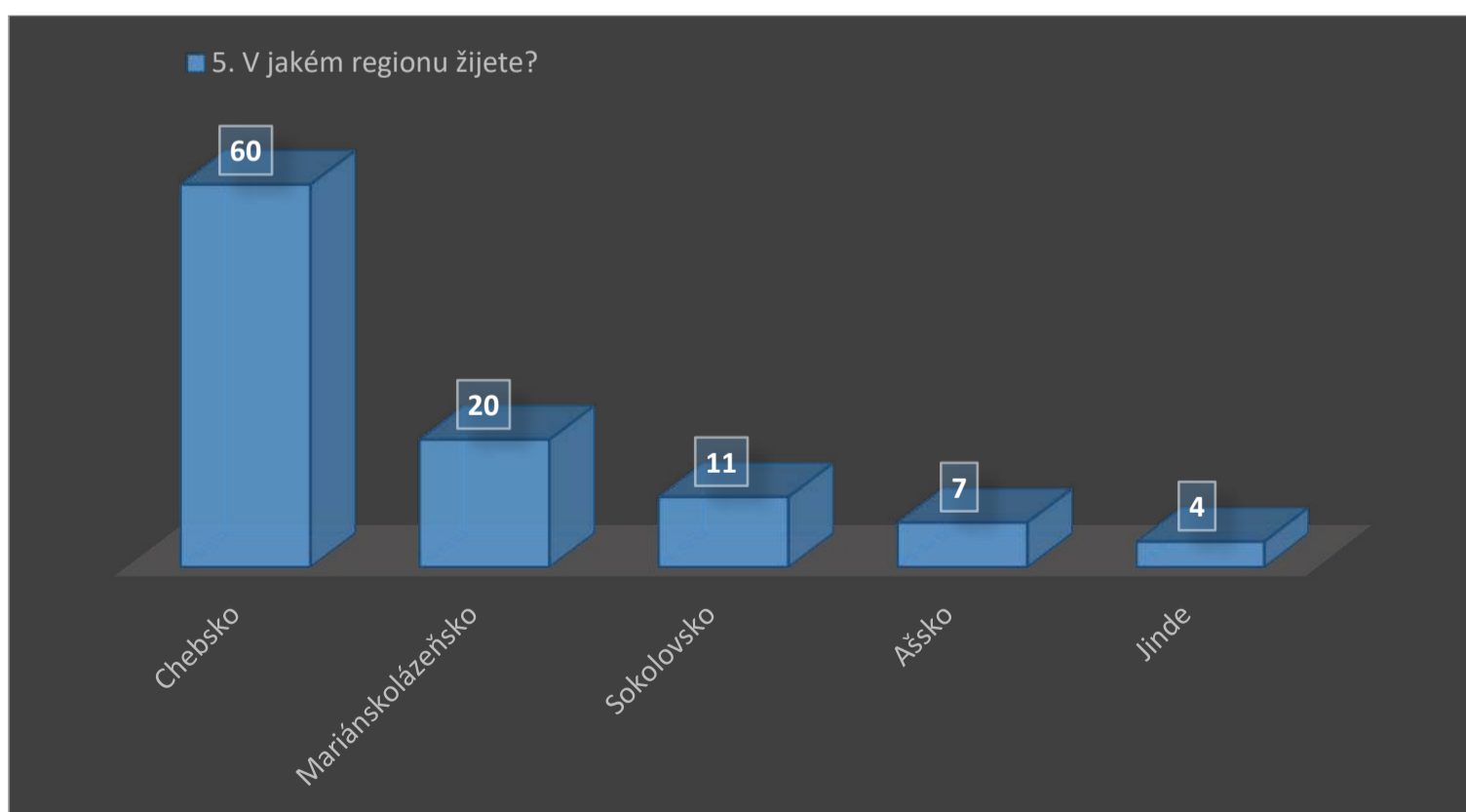
Graf 15: Otázka č. 4



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Otázka č. 4 se týkala dosaženého vzdělání. Největší množství respondentů bylo tedy se středoškolským vzděláním.

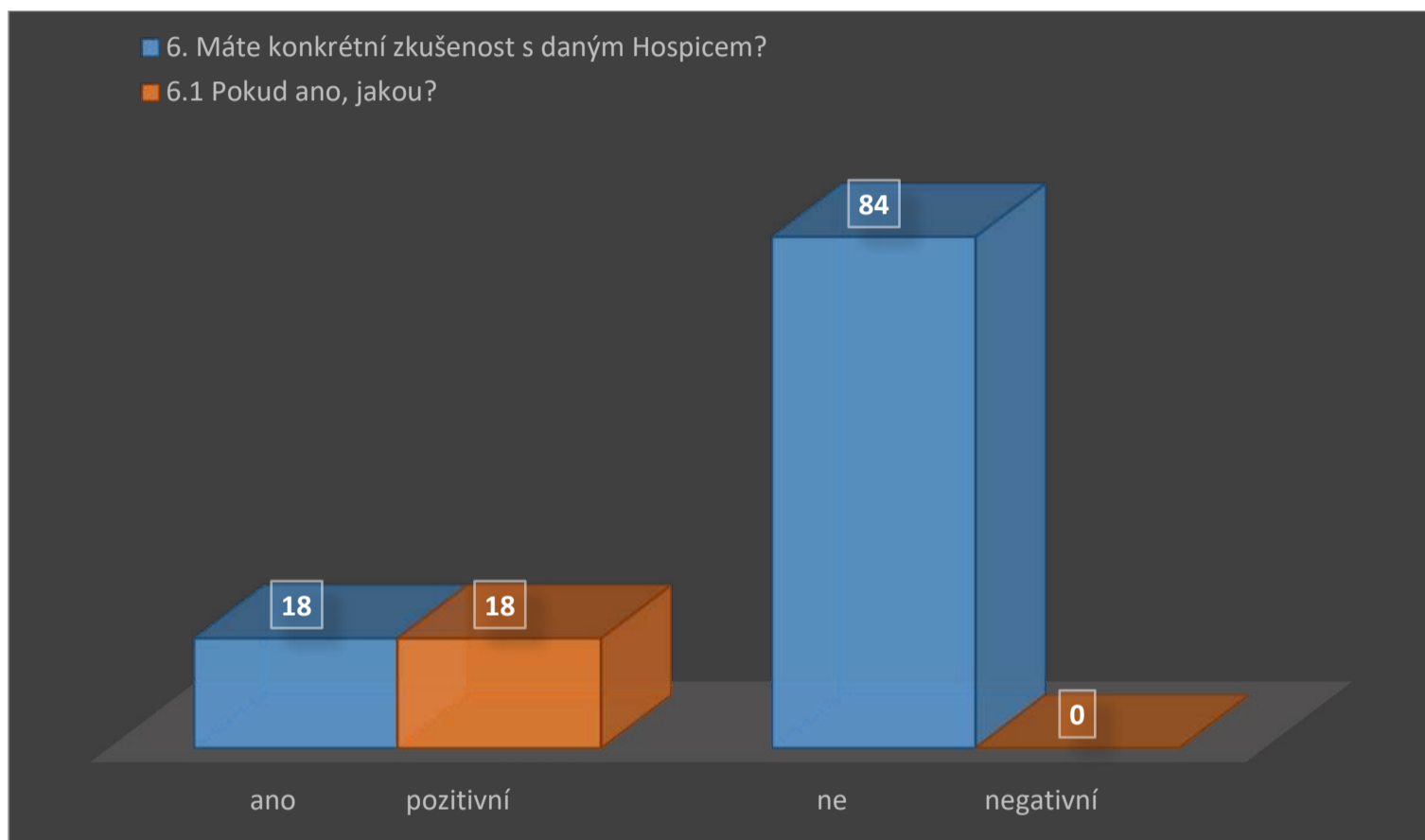
Graf 16: Otázka č. 5



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Cíleně bylo v otázce č. 5, zaměřené na bydliště, dáno na výběr takové oblasti, ve kterých daná organizace působí. Nejvíce respondentů pocházelo z Chebska, kde Hospic sídlí a také má nejvíce klientů, celkem 60, což je více než polovina z celkového počtu. Dalších 38 dotázaných pocházelo také z oblastí, kde Hospic působí a pouze čtyři pocházeli odjinud, avšak autorka se domnívá, že šlo o respondenty z Tachovska, kde však do minulého roku Hospic Sv. Jiří, o.p.s. také působil.

Graf 17: Otázka č. 6 + otázka č. 6.1

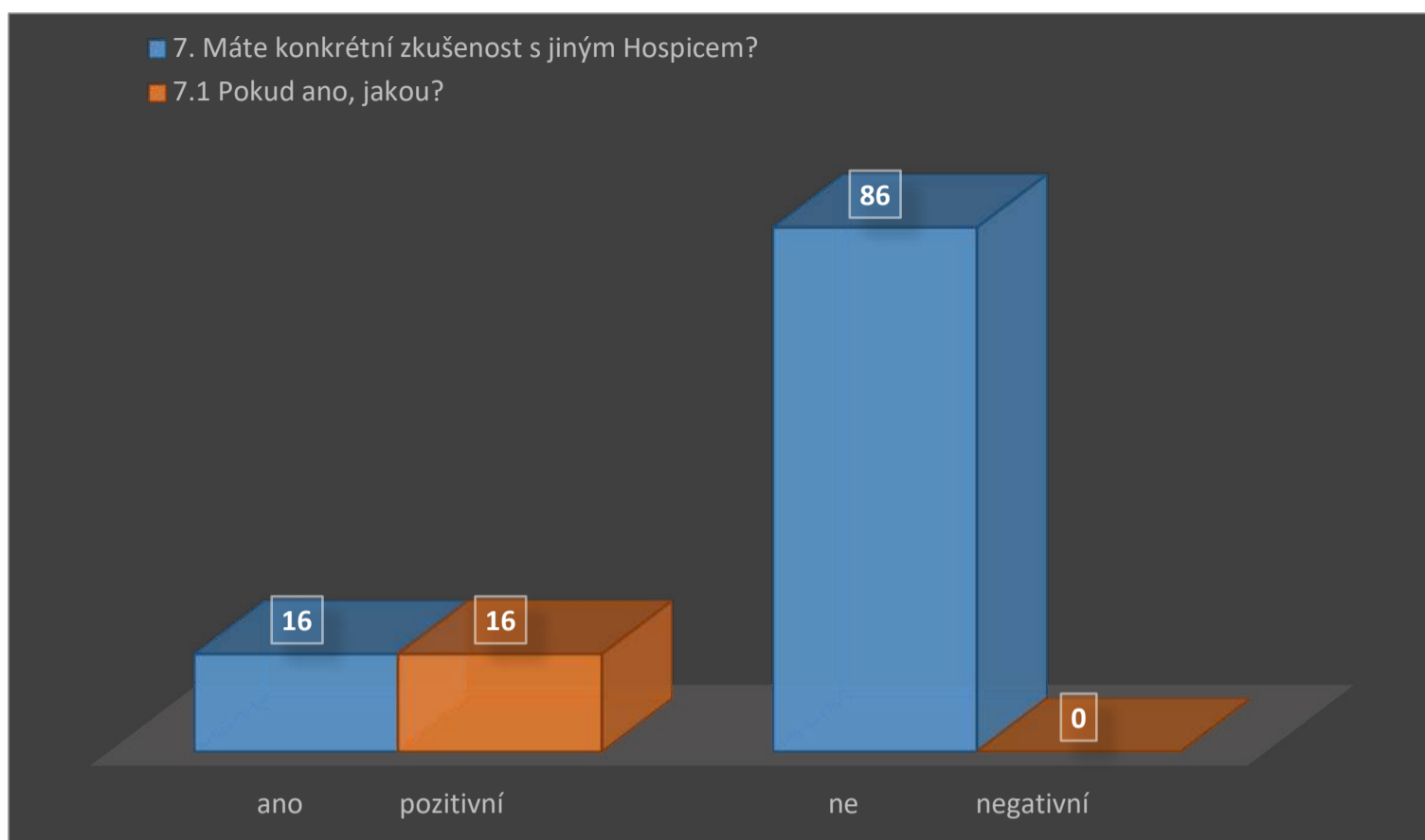


Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Vlastní zkušenost s Hospicem mělo z dotázaných lidí pouze osmnáct z nich, avšak každý jeden z nich odpověděl, že ta zkušenost byla pozitivní, je tedy více než zřejmé, že personál této organizace poskytuje své služby opravdu dobře ze všech možných pohledů a také, že neziskové organizace tohoto typu jsou pro společnost důležité a je třeba se jim snažit pomáhat.



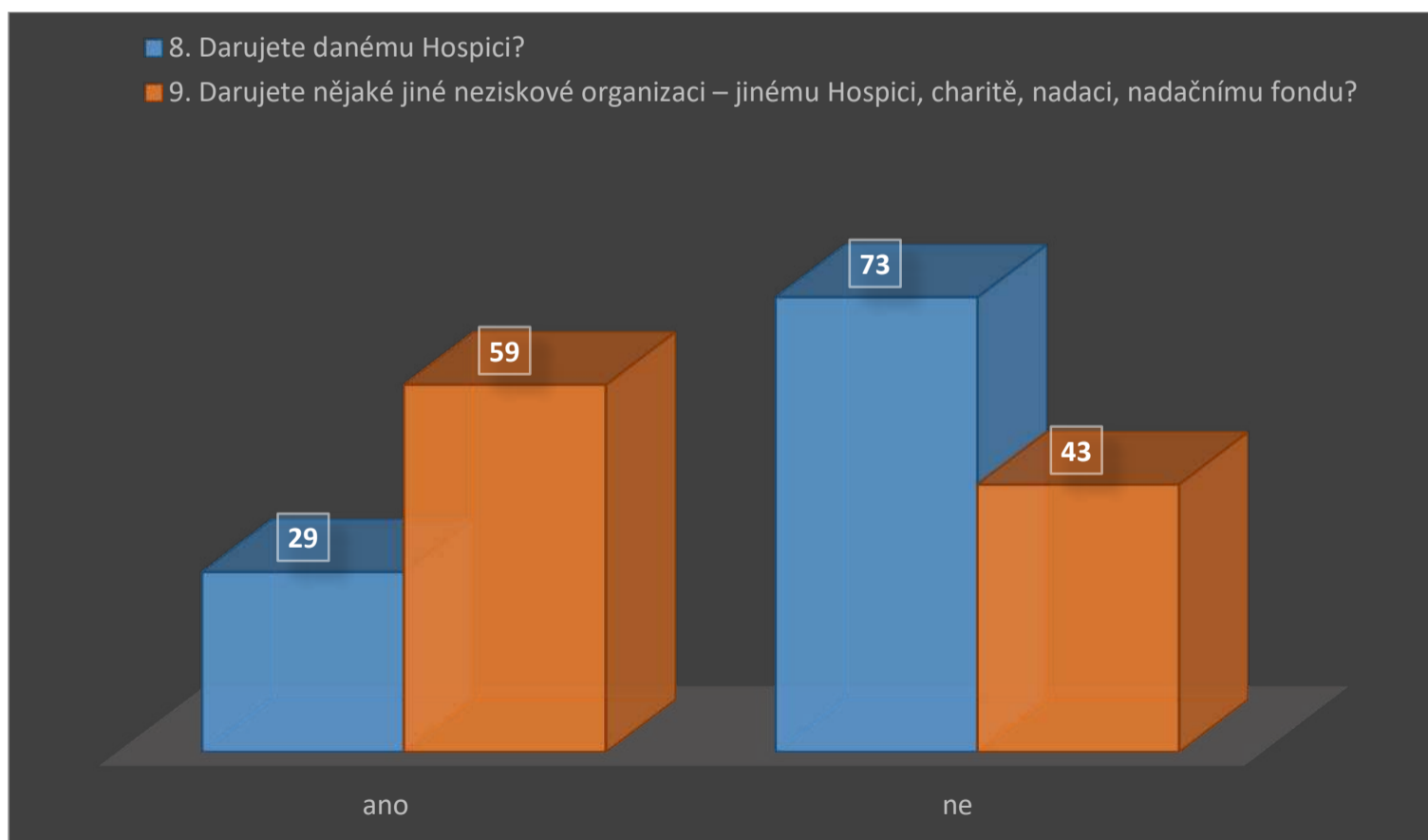
Graf 18: Otázka č. 7 + otázka č. 7.1



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Také zkušenost s jinými Hospici měli všichni dotázaní pozitivní, jak je psáno již výše, organizace tohoto typu jsou jasně pro společnost důležité.

Graf 19: Otázka č. 8 + otázka č. 9



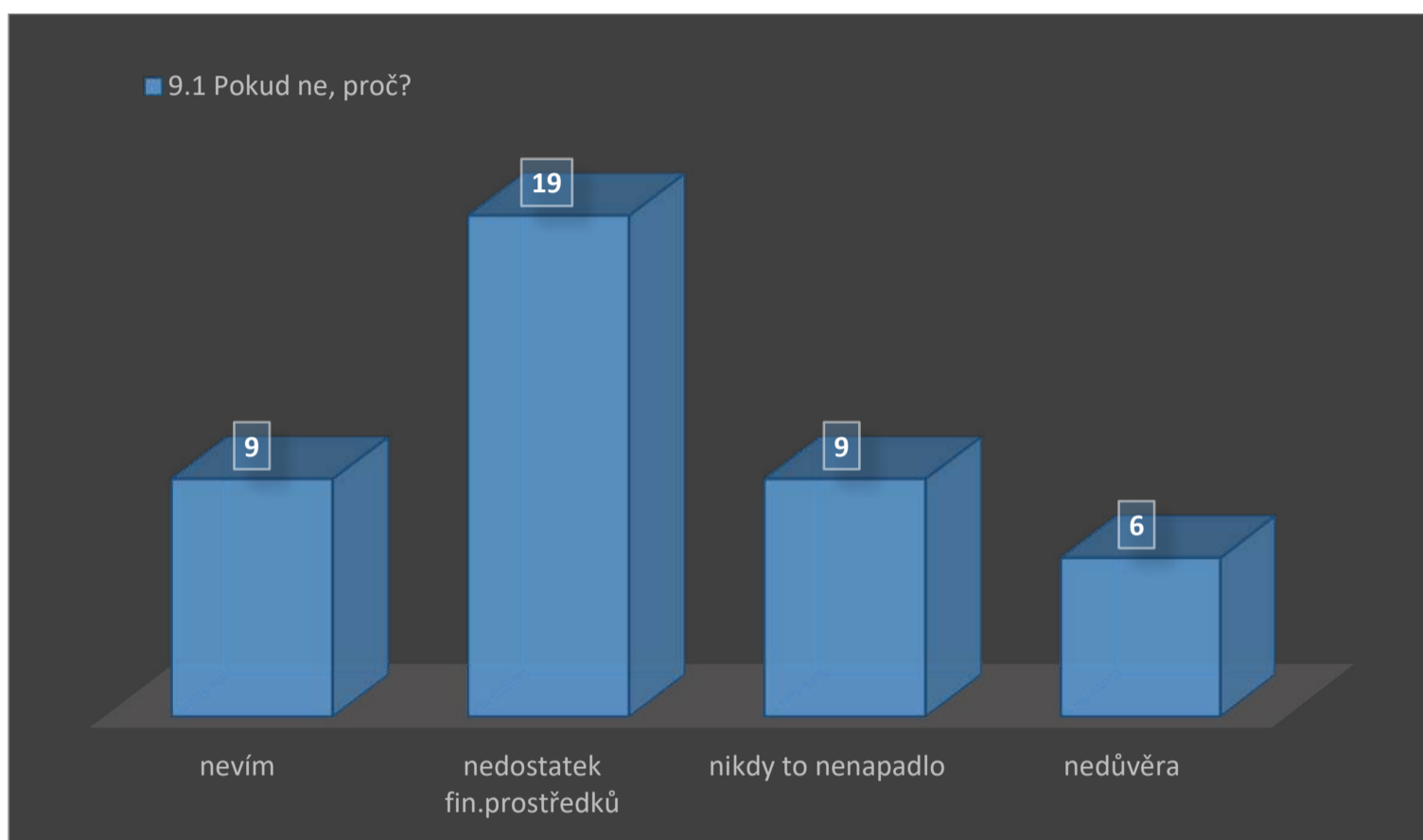
Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Z grafu č. 19 je patrné, že na otázku zda darují danému Hospici, odpovědělo 29 dotázaných, že ano. Osmnáct z nich jsou lidé, kteří mají konkrétní pozitivní zkušenost s Hospicem Sv. Jiří, o.p.s., ukázalo se tedy, že je jakýmsi dá se říci pravidlem, že lidé, kteří měli

tu zkušenost, tak se rozhodli daný Hospic nadále podporovat. Z toho vyplývá velmi dobrý ohlas ohledně služeb, poslání a také personálu této organizace.

Na otázku č. 9, zda darují jiné neziskové organizaci, odpovědělo množství větší než je polovina z celkového počtu, že ano. Je zde tedy důkaz toho, že lidé i přes nedávnou nepříznivou situaci ve společnosti, myšleno pandemií Covidu-19, mají v sobě i nadále dobrosrdečnost a poskytují pomoc, jakou jsou schopni, lidem, kteří jsou v úzkých a nutně ji potřebují.

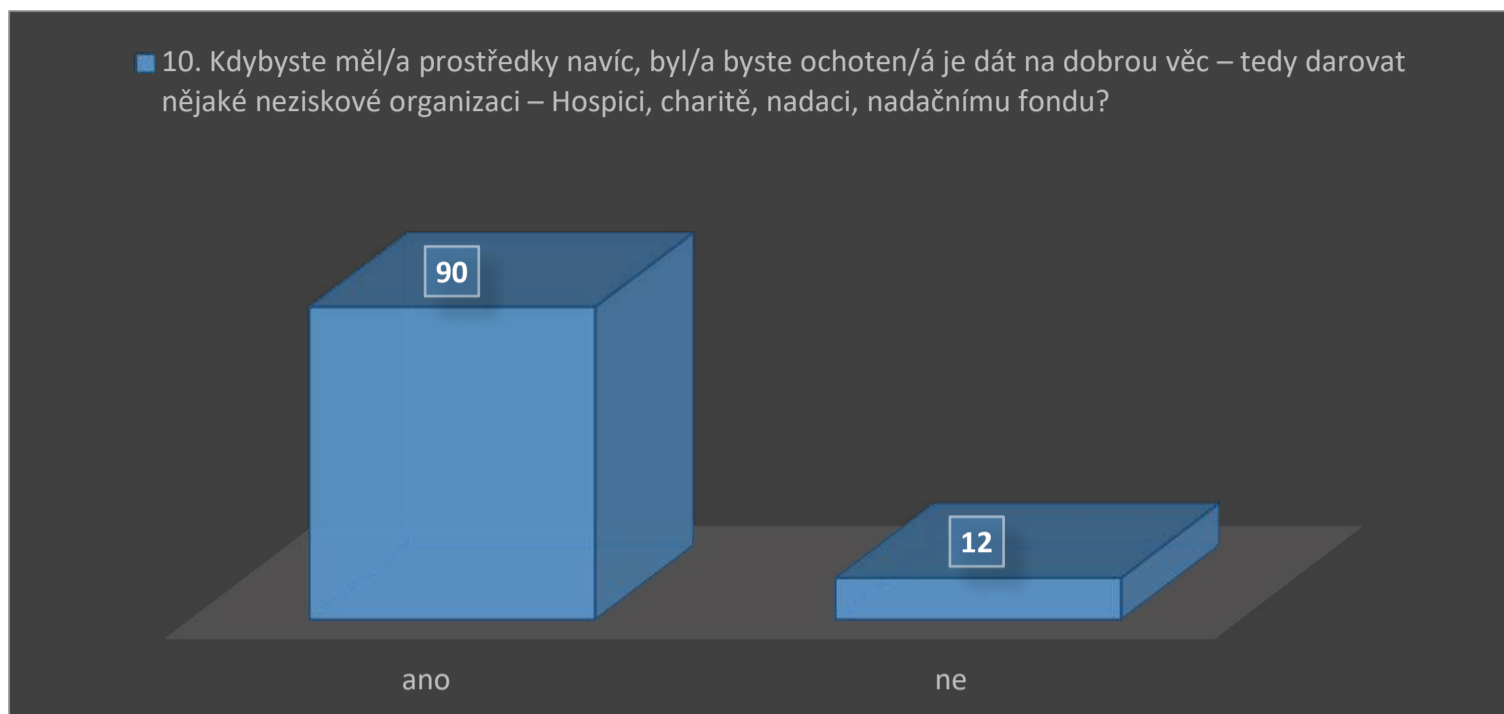
Graf 20: Otázka č. 9.1



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Celkem 43 lidí však odpovědělo, že nikam a nikomu nedarují. Zejména však z důvodu nedostatečného množství finančních prostředků, avšak je nutno podotknout, že darovat je možno i materiální věci. Devět lidí darovat potřebným, do chvíle než narazili na tento dotazník, nikdy nenapadlo a šest dotázaných údajně takovýmito organizacím nedůvěřuje, což zřejmě zapříčinila nezkušenost a nevědomost ohledně spousty informací.

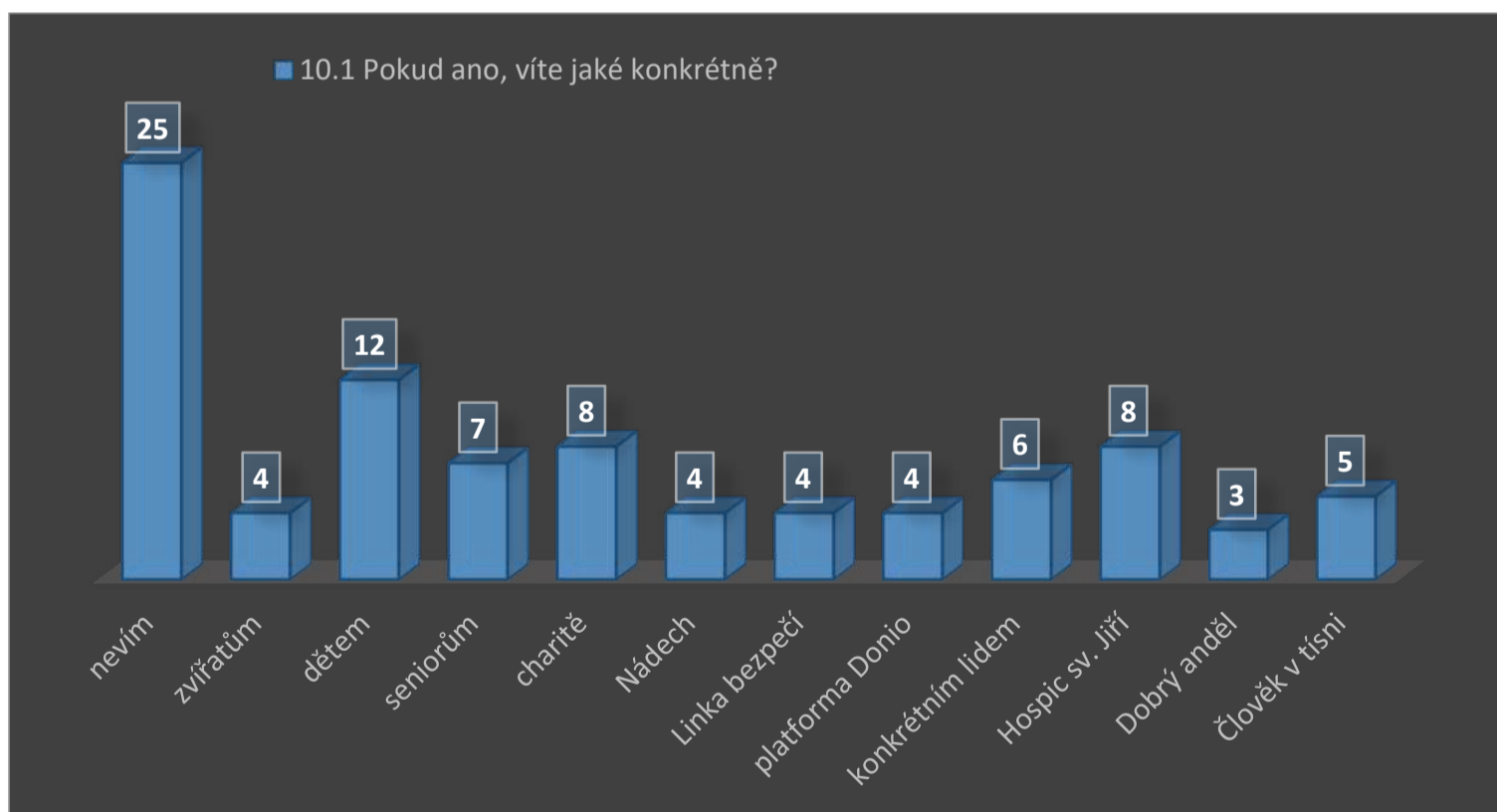
Graf 21: Otázka č. 10



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Na otázku č. 10, tedy zda by lidé přispívali, kdyby měli prostředky navíc, odpověděla velká většina, že ano. V lidech tedy stále je a do budoucna jich snad bude ještě více, touha pomáhat druhým, kteří to potřebují. Dvanáct z nich však darovat nehodlá, mezi těmito lidmi je nejspíš těch šest z otázky č. 9.1, kteří neziskovým organizacím nedůvěřují.

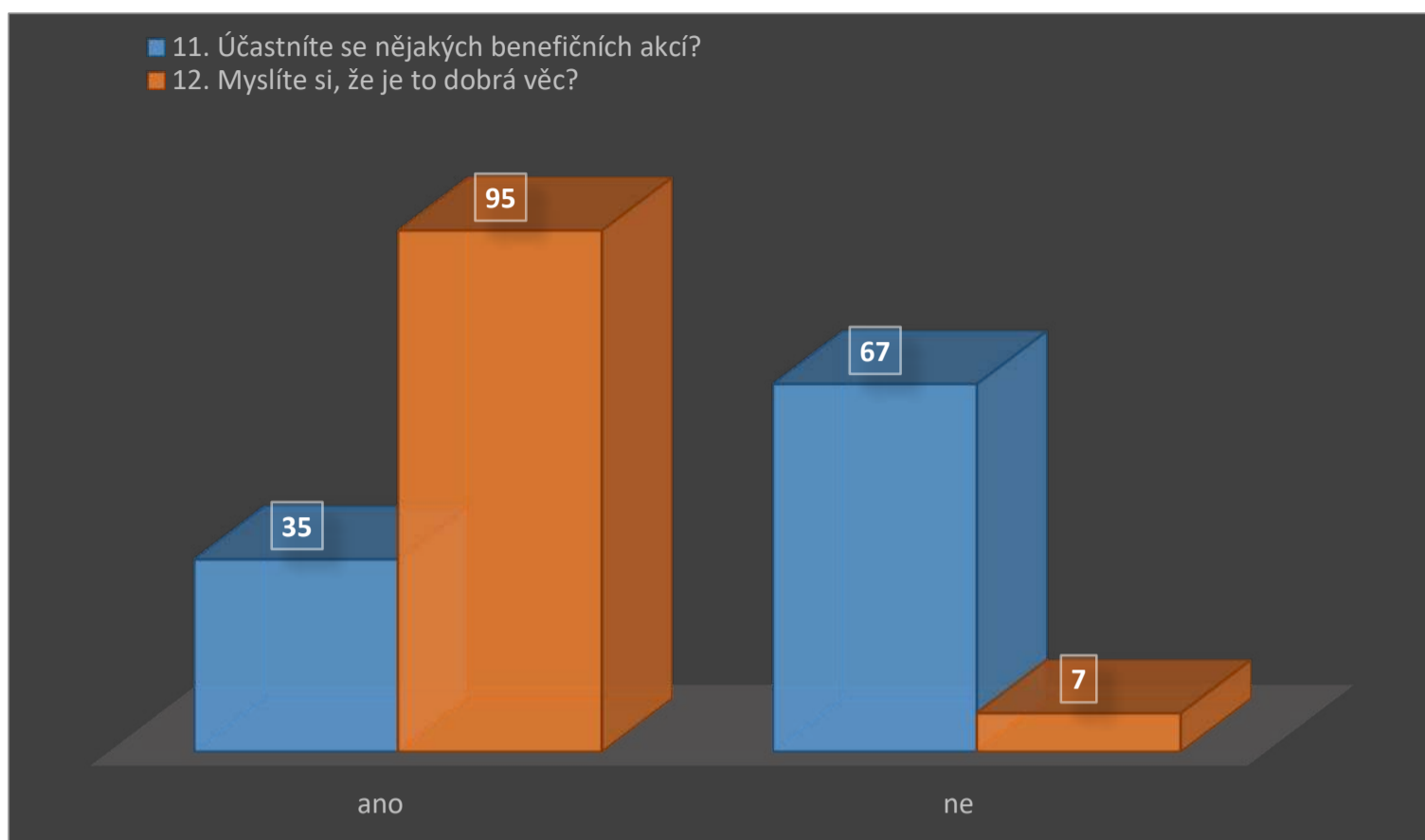
Graf 22: Otázka č. 10.1



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Hodně respondentů odpovědělo, že stále nevědí, komu by své prostředky darovali. Je tedy nutné více informovat veřejnost o všech různých možnostech, aby se v případě touhy darovat druhým mohli rozhodnout.

Graf 23: Otázka č. 11 + otázka č. 12



Zdroj: Vlastní zpracování, 2023

Na otázku, zda si lidé myslí, že poskytování služeb neziskovými organizacemi, je dobrá věc odpověděla velká většina, že ano. Avšak celkem sedm lidí uvedlo, že ne a jako důvod uváděli, že takovéto organizace jsou prý zlodějina a velké množství poskytnutých prostředků dárci, je rozkradená a tedy není použita na takové účely, na jaké být použita má. Tento důvod je však pouze názor lidí, kteří zřejmě neměli nikdy tu možnost nabízené služby využít, tedy si myslí, že to není dobrá věc.

### 7.7.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Z dotazníkového šetření vyplývá především to, že by bylo dobré, aby Hospic Sv. Jiří, o.p.s. zapracoval na svém marketingovém řízení. Je potřeba, v oblastech, ve kterých daná organizace působí, tedy na Chebsku, Mariánskolázeňsku, Ašsku a Sokolovsku, dostat veřejnosti do povědomí už jenom to, co znamená samotný pojem hospic. Je nesmírně důležité, aby se o těchto službách dozvědělo více lidí, protože jsou to služby velmi žádoucí a úctyhodné. Mnohým lidem by poskytnutí odborných služeb personálu jistě velice pomohlo a ze zkušeností by za ně byli velmi vděční.

## **7.8 Rozhovor s rodinou bývalého klienta Hospice Sv. Jiří, o.p.s.**

V rámci výzkumu této bakalářské práce byl proveden také rozhovor s rodinou bývalého klienta Hospice Sv. Jiří, o.p.s. Účastníkovi, který si přál zůstat v anonymitě, bylo na začátku sděleno, že daný rozhovor bude použit jako součást výzkumu bakalářské práce.

Rozhovor byl řízený a strukturovaný s jasně předem napsanými deseti otázkami. Důraz byl kladen zejména na průběh a kvalitu poskytovaných služeb danému bývalému klientovi.

### **1. Kdy jste kontaktovali Hospic Sv. Jiří, o.p.s.?**

Když nám v chebské nemocnici sdělili, že tchán má rakovinu jater v terminálním stádiu.

### **2. Z jakého důvodu?**

Viz výše.

### **3. Můžete mi popsat práci zaměstnanců Hospice Sv. Jiří, o.p.s.? Jak to probíhalo?**

Po telefonickém kontaktu přijel lékař se sestrou a vše vysvětlili a poučili nás, jak bude probíhat další péče, kdy můžeme situaci vyřešit sami a kdy je třeba volat. Ukázali podávání léků. Sociální pracovnice Hospice pomohla s informacemi o možnostech příspěvků na péči. Také nám nabídli služby psychologa a duchovního.

### **4. Jak časté byly návštěvy zaměstnanců?**

Lékařská návštěva probíhala pravidelně jednou týdně, jinak lékař i sestry byli k dispozici vždy na zavolání. Sloužili 24 hodin denně ve dne i v noci. Většinou dojezdový čas 30-60 min., výjimečně, pokud byli u jiného pacienta, jsme museli čekat. Ale vždy v době, kdy nemohli dorazit ihned, byli k dispozici radou na telefonu. A instruovali nás, co dělat, než dojedou.

### **5. Můžete mi říct, jak s vámi zaměstnanci jednali?**

Byli velmi vstřícní k nám a hlavně ke tchánovi, což bylo skvělé. Trpělivě mu vše vysvětlovali a také si s ním povídali, což na něj velmi dobře působilo i psychicky. Vždy po návštěvě byl takový veselejší.

Pomoc zaměstnanců hospice považuji za neocenitelnou, protože bez jejich pomoci bychom tchána rozhodně nemohli nechat dožít doma.

#### **6. Měli jste nějaká konkrétní přání? Bylo jim vyhověno?**

Vyloženě konkrétní ne. Potřebovali jsme, aby tchán zvládal nemoc psychicky i fyzicky, což se s pomocí Hospice podařilo.

#### **7. Vnímáte služby Hospice Sv. Jiří, o.p.s. jako přínosné?**

Službu domácího hospice považuji za velmi prospěšnou hlavně z toho důvodu, že můžete o svého blízkého pečovat doma a víte, že máte k dispozici odbornou zdravotní, psychologickou i sociální pomoc. Takže komplexní zajištění všeho, co je třeba k péči o nemocného.

#### **8. Doporučili byste Hospic Sv. Jiří, o.p.s. lidem, kteří jsou také v těžké situaci?**

Pokud chce člověk odcházet v kruhu svých blízkých doma a členové rodiny mají možnost o něj celodenně pečovat, tak s pomocí hospice se dá vše zvládnout. Takže za mně bych určitě doporučila.

#### **9. Pomáháte nyní nějakým způsobem Hospici Sv. Jiří, o.p.s.? Podílíte se na Dárcovství?**

Ano, podílím se na dárcovství, i když spíše nárazově dle aktuálních finančních možností.

#### **10. Účastníte se benefičních akcí pro Hospic Sv. Jiří, o.p.s.?**

Ano, každoročně jako dobrovolník Tříkrálové sbírky, jako dobrovolník i účastník Františkolázeňské 24hodinovky, popř. i jiných akcí, které jsou jednorázové.

### **7.8.1 Vyhodnocení rozhovoru**

Z provedeného rozhovoru vyplývá takové již nepsané pravidlo, že kdo má s Hospicem Sv. Jiří, o.p.s. konkrétní zkušenost, tak nadále organizaci podporuje a daruje ji prostředky v rámci jeho možností včetně účasti na různých benefičních akcích. Tato osoba byla příbuznou bývalého klienta, který měl diagnostikované onkologické onemocnění v terminálním stádiu. Poskytované služby personálem dané organizace byly dle slov neocenitelné, to dává jasně najevo, že Hospic své činnosti provádí opravdu velmi dobře, kvalitně a s přístupem takovým, jaký je očekáván. Zaměstnanci jsou milí, vstřícní, jsou to zkrátka lidé, kteří mají srdce na pravém místě. Dle slov by daná osoba konkrétně Hospic Sv. Jiří, o.p.s. určitě doporučila každému, kdo nabyde stejné potřeby.

## **7.9 Navrhovaná opatření**

Z hlavní části výzkumu, tedy dotazníkového šetření, vyplynul fakt, že Hospic Sv. Jiří, o.p.s. a jeho nabízené služby by mohly a měly být více známy mezi lidmi, kde organizace působí. Navrhovaná opatření se tedy budou zaměřovat zejména na marketingové řízení. Autorka se bude snažit navrhnout taková opatření, jaká považuje za realizovatelná a bude řešit především zajištění udržitelného rozvoje.

### **7.9.1 Webové stránky měst**

Jako první navržené opatření je vyvěšení stručných informací včetně nabízených služeb Hospice Sv. Jiří, o.p.s. na webové stránky měst, kde organizace působí, tedy na stránku města Chebu, Mariánských Lázní, Aše, Sokolova a hlavně okolních obcí.

Na webové stránky měst se dostává pravidelně jistě hodně lidí z široké veřejnosti z mnoha různých důvodů. Nezisková organizace tohoto typu by tam jistě formou informace a nabídky mohla být, jelikož o takovýchto službách je zapotřebí veřejnost více informovat. Dané informace by byly sepsány následovně:

- Název neziskové organizace včetně loga
- Poslání, hodnoty, vize a motto organizace
- Stručné popsání nabízených služeb
- Proces přijímání klientů
- Informace o možné podpoře a pomoci dané organizaci

### **7.9.2 Reklama na košících v nákupních centrech**

Další možností, jak dostat základní informaci o existenci hospice do povědomí široké veřejnosti, by mohla být například decentní upoutávka na košících v nákupních střediscích. Právě podobným způsobem mohou získat potřebné informace i obyčejní lidé, kteří z nějakého důvodu nepracují často nebo vůbec s počítačem a internetem. Po získání prvotní informace z takové upoutávky, je již dílem krátkého času získat informace podrobné a v případě potřeby oslovit daný Hospic.

Takové setkání by mohlo pomoci jak případným potřebným, tedy potenciálním klientům Hospice, tak i samotnému Hospici, a to v případě rozšíření dárcovských prostředků.

Hlavním cílem obchodních řetězců je sice zisk a prosperita, ale i charita a pomoc potřebným se občas stává jejich propagací (např. vyhlášené sbírky potravin). Vzájemná

spolupráce marketingových specialistů řetězců a daného Hospice by mohla vyústit v zajímavé společné výsledky.

### **7.9.3 Prodej papírových kapesníků s logem Hospice Sv. Jiří, o.p.s.**

Zajímavým nápadem může být prodej papírových kapesníků široké veřejnosti především na různých nejen benefičních akcích. Jednalo by se o kapesníky, jejichž obal by nesl logo Hospice Sv. Jiří, o.p.s.

Jednak je zde možnost menšího zisku na prodeji, který bude využit na výrobu dalších kapesníků a přebytek tam, kde bude potřeba. Avšak především jde o snahu zviditelnit danou neziskovou organizaci co největšímu množství lidí. Na různé akce, ať už jde o dětské, hudební festivaly, všemožné akce pořádané městy a také samozřejmě benefiční akce pro Hospic Sv. Jiří, o.p.s. chodí opravdu velké množství různých lidí.

Pokud si tito lidé koupí dané kapesníky, logo Hospice uvidí pokaždé, když budou mít potřebu kapesník použít, a přesně o to jde. Dostat co největšímu množství lidí daný Hospic do povědomí. Pokud se potom kdykoli dostanou do situace, kdy budou potřebovat využít poskytované služby Hospice, ihned si vzpomenou. A samozřejmě také ti, kdo mohou darovat prostředky, naskytne se jim možnost darovat právě dané neziskové organizaci.

### **7.9.4 Shrnutí**

Navrhovaná opatření byla zaměřena zejména na marketingové řízení, jednalo se tedy o snahu Hospic Sv. Jiří, o.p.s. zviditelnit, aby lidé věděli, že na Chebsku takováto organizace působí a jaké nabízí služby. Ze seznámení veřejnosti s daným Hospicem vyplývá také větší možnost dárčovství.

Předpokladem pro následující ekonomickou analýzu jsou výsledky dotazníkového šetření, je tedy počítáno s celkem 102 lidmi. První důležitý údaj vyplývá z grafu č. 12, tedy, že 42 dotazovaných znalo Hospic Sv. Jiří, o.p.s. Dalším údajem bylo, že 29 lidí dané organizaci daruje, vzato z grafu č. 19.

Další údaje jsou počítány následujícími výpočty s tím, že je vždy zaokrouhлено směrem dolů na celé číslo, pokud se jedná o počet lidí, procentuální počet pak na jedno desetinné místo.



## Výpočty:

### Obeznámenost

$$(42 \text{ lidí} / 102 \text{ lidí}) * 100 \% = 41,2 \%$$

### Dárcovství

$$(29 \text{ lidí} / 102 \text{ lidí}) * 100 \% = 28,4 \%$$

Množství darujících z obeznámených:

$$(29 \text{ lidí} / 42 \text{ lidí}) * 100 \% = 69,1 \%$$

$$(60 \% / 100 \%) * 102 \text{ lidí} = 61 \text{ lidí}$$

$$(69,1 \% / 100 \%) * 61 \text{ lidí} = 42,2 \%$$

$$(42,2 \% / 100 \%) * 102 \text{ lidí} = 43 \text{ lidí}$$

$$(80 \% / 100 \%) * 102 \text{ lidí} = 81 \text{ lidí}$$

$$(69,1 \% / 100 \%) * 81 \text{ lidí} = 56 \%$$

$$(56 \% / 100 \%) * 102 \text{ lidí} = 57 \text{ lidí}$$

$$(90 \% / 100 \%) * 102 \text{ lidí} = 91 \text{ lidí}$$

$$(69,1 \% / 100 \%) * 91 \text{ lidí} = 62,9 \%$$

$$(62,9 \% / 100 \%) * 102 \text{ lidí} = 64 \text{ lidí}$$

Tab. 4: Nárůst dárcovství vlivem vyšší obeznámenosti

	Obeznámenost	Dárcovství
Realita	41,2 % (42 lidí)	28,4 % (29 lidí)
1. Možnost	60 % (61 lidí)	42,2 % (43 lidí)
2. Možnost	80 % (81 lidí)	56 % (57 lidí)
3. Možnost	90 % (91 lidí)	62,9 % (64 lidí)

Zdroj: Zpracováno autorkou, 2023

V tabulce, která ukazuje tři možnosti vlivu obeznámenosti veřejnosti s Hospicem Sv. Jiří, o.p.s., lze vidět pozitivní dopad. První řádek vyplývá z reálných výsledků dotazníkového šetření v rámci výzkumu této práce. Následující tři možnosti jsou počítané za předpokladu obdobného procentuálního počtu dárců z obeznámených vyplývajících z reálných výsledků. Následně ve druhém řádku je zvolena 1. možnost, kde bylo vypočteno, že při 60 % obeznámenosti veřejnosti ze 102 lidí by mohlo dojít k 42,2 % dárcovství, nárůst by byl tedy o 13,8 %. Následně 2. možnost ukazuje, že při 80% obeznámenosti by mohlo darovat 56 %, šlo by tedy o 27,6 % nárůst. Jako poslední možnost byla zvolena 90% obeznámenost, tedy 62,9 % dárcovství, kde by došlo k nárůstu o 34,5 %.

Co se týče nárůstu dárcovství zapříčiněným vyšší obeznámeností veřejnosti ohledně dané organizace, lze vyvodit také možné konkrétní darované finanční prostředky, viz následující tabulka.

Tab. 5: Možné darované finanční prostředky

	100 Kč (jednorázově)	100 Kč / měsíc (1 rok)
29 lidí (realita)	2 900 Kč	34 800 Kč
43 lidí (1. možnost)	4 300 Kč	51 600 Kč
57 lidí (2. možnost)	5 700 Kč	68 400 Kč
64 lidí (3. možnost)	6 400 Kč	76 800 Kč

Zdroj: Zpracováno autorkou, 2023

Pokud by každý, kdo již daruje, daroval 100 Kč jednorázově, celkově by šlo o částku 2 900 Kč. V rámci první možnosti by mohlo jít o částku 4 300 Kč jednorázově nebo celkem za jeden rok o částku 51 600 Kč. Při 90% obeznámenosti, tedy 62,9 % dárcovství, což je 64 lidí, by mohlo jít při měsíčním darování ve výši 100 Kč pravidelně od každého jedince o částku 76 800 Kč.

Veškeré uvedené výpočty se vztahují k reprezentativnímu příkladu 102 lidí, samozřejmě by se následně výsledky měnily dle reálného stavu. Výše popsána ekonomická analýza byla zaměřena na možnosti investičního rozvoje, zároveň je zde patrný návrh řešení způsobu zajištění udržitelného rozvoje se zaměřením na rozšíření povědomí o Hospici Sv. Jiří, o.p.s.

## Závěr

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. je důležitou neziskovou organizací v Karlovarském kraji působící na Chebsku, Mariánskolázeňsku, Ašsku, Sokolovsku a v dalších okolních obcích.

Cílem této bakalářské práce bylo navržení opatření pro zajištění udržitelného chodu a rozvoje na základě výzkumu a ekonomické analýzy a porovnání předcovidové a postcovidové situace dané organizace.

Z části výzkumu, konkrétně dotazníkového šetření, vyplynula informace o nízké obeznámenosti veřejnosti na daném území. Na základě těchto výsledků byla navržena opatření pro zvýšení povědomí veřejnosti o této neziskové organizaci včetně výpočtů možného investičního rozvoje.

Výpočty byly provedeny na základě konkrétních dat z dotazníkového šetření, tedy za předpokladu stejného počtu lidí jako bylo respondentů a také za předpokladu zjištěného počtu jednotlivých lidí, kteří danou organizaci znají a z nich kolik jedinců daruje prostředky. Pokud by tedy rostla obeznámenost a dárcovství obdobným tempem, navyšovaly by se zřejmě také poskytované prostředky a samozřejmě také počet klientů, kteří využijí nabízené služby Hospice Sv. Jiří, o.p.s. Byly spočteny také možné konkrétní částky plynoucí z konkrétního množství obeznámených lidí, za předpokladu poskytnutého daru ve výši 100 Kč od každého jedince. Výsledky byly spočteny v rámci jednorázových darů a také pravidelných měsíčních darů za období jednoho roku, kde se darovaná částka při obeznámenosti 90 % vyšplhala na 76 800 Kč.

Navrhovaná opatření v rámci navyšování povědomí o Hospici Sv. Jiří, o.p.s. se týkala marketingového řízení. Jednalo se o navržení zprostředkování informací a nabízených službách dané organizace na webových stránkách měst a především obcí. Dále návrh na seznámení s danou organizací prostřednictvím názvu a loga umístěných na košících v nákupních centrech. Nakonec byla navržena možnost prodeje papírových kapesníků s názvem, logem a základní informací o Hospici Sv. Jiří, o.p.s. na obalu těchto kapesníků, které by se prodávali nejen na nejrůznějších akcích pro širokou veřejnost.

Dílčím cílem bylo porovnání předcovidové a postcovidové situace. Toto porovnání ukázalo, že pandemie měla na danou organizaci velký vliv, avšak se s ním pozitivně vypořádala. Kvůli úmrtí garanta a vedoucího lékaře právě na toto onemocnění se organizace ocitla na pokraji existence, avšak dokázala tuto ztrátu nahradit. Dalším bodem byl také nemalý výpadek ohledně poskytovaných finančních prostředků, který ale také organizace dokázala úspěšně překonat díky uzavření smluvního vztahu s pojišťovnou VZP.

Navrhovaná doporučení autorky se týkají především snahy o navýšení povědomí široké veřejnosti o Hospici Sv. Jiří, o.p.s. a jeho nabízených službách v oblastech, kde působí.

# Seznam použitých zdrojů

## Knižní zdroje

Bačuvčík, R. (2011). *Marketing neziskových organizací*. VeRBuM

Odkaz v textu: (Bačuvčík, 2011)

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

Odkaz v textu: (Boukal a kol., 2013)

Dobrozemský, V., & Stejskal, J. (2016). *Nevýdělečné organizace v teorii*. Wolters Kluwer

Odkaz v textu: (Dobrozemský & Stejskal, 2016)

Hommerová, D., & kol. (2020). *Efektivní řízení neziskových organizací poskytujících sociální služby*. Západočeská univerzita v Plzni

Odkaz v textu: (Hommerová a kol., 2020)

Krechovská, M., & kol. (2018). *Řízení neziskových organizací - klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Grada Publishing

Odkaz v textu: (Krechovská a kol., 2018)

Plamínek, J., Svatoš, V., & kol. (1996). *Řízení neziskových organizací*. Nadace Lotos

Odkaz v textu: (Plamínek a kol., 1996)

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

Odkaz v textu: (Šedivý & Medlíková, 2012)

Šedivý, M., & Medlíková, O. (2017). *Úspěšná nezisková organizace*. Grada Publishing

Odkaz v textu: (Šedivý & Medlíková, 2017)

## Elektronické zdroje

Kratochvílová, K. (2021). *Pandemie negativně dopadá na 61 % neziskovek. S omezením činnosti počítá až pětina. svetneziskovek. <https://svetneziskovek.cz/aktualne-z-nezisku/pandemie-negativne-dopada-na-61-neziskovek-s-omezenim-cinnosti-pocita-az-petina>*

Odkaz v textu: (Kratochvílová, 2021)

Redakce Světa neziskovek (2020). *Dopady pandemie na neziskové organizace: Průzkum potvrdil obavy o finance a služby pro klienty. <https://svetneziskovek.cz/aktualne-z-nezisku/pandemie-negativne-dopada-na-61-neziskovek-s-omezenim-cinnosti-pocita-az-petina>*

Odkaz v textu: (Redakce Světa neziskovek, 2020)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (n. d.). *Františkolázeňská 24hodinovka.*

<https://www.hospiccheb.cz/aktuality/frantiskolazenska-24hodinovka>

Odkaz v textu: (Františkolázeňská 24hodinovka, n. d.)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (n. d.). *Historie.* <https://www.hospiccheb.cz/historie>

Odkaz v textu: (Historie, n. d.)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (n. d.). *Koncert pražského smíšeného sboru.*

<https://www.hospiccheb.cz/aktuality/koncert-prazskeho-smiseneho-sboru>

Odkaz v textu: (Koncert pražského smíšeného sboru, n. d.)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (n. d.). *Paliacup Luby 2022.*

<https://www.hospiccheb.cz/aktuality/paliacup-luby-2022>

Odkaz v textu: (Paliacup Luby 2022, n. d.)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (n. d.). *Poslání a cíle.* <https://www.hospiccheb.cz/poslani-a-cile>

Odkaz v textu: (Poslání a cíle, n. d.)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (n. d.). *Půjčovna pomůcek.* [https://www.hospiccheb.cz/pujcovna-](https://www.hospiccheb.cz/pujcovna-pomucek)

[pomucek](https://www.hospiccheb.cz/pujcovna-pomucek)

Odkaz v textu: (Půjčovna pomůcek, n. d.)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (n. d.). *Salming Tour de Hospic.*

<https://www.hospiccheb.cz/aktuality/salming-tour-de-hospic>

Odkaz v textu: (Salming Tour de Hospic, n. d.)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (n. d.). *Služby pro dospělé.* [https://www.hospiccheb.cz/sluzby-pro-](https://www.hospiccheb.cz/sluzby-pro-dospele)

[dospele](https://www.hospiccheb.cz/sluzby-pro-dospele)

Odkaz v textu: (Služby pro dospělé, n. d.)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (n. d.). *Svépomocné skupiny.* [https://www.hospiccheb.cz/svepomocne-](https://www.hospiccheb.cz/svepomocne-skupiny)

[skupiny](https://www.hospiccheb.cz/svepomocne-skupiny)

Odkaz v textu: (Svépomocné skupiny, n. d.)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (n. d.). *TESCO Vy rozhodujete, my pomáháme.*

<https://www.hospiccheb.cz/aktuality/tesco-vy-rozhodujete-my-pomahame>

Odkaz v textu: (TESCO Vy rozhodujete, my pomáháme, n. d.)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (n. d.). *Úvod.* <https://www.hospiccheb.cz/>

Odkaz v textu: (Úvod, n. d.)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (2019). *Výroční zpráva za rok 2019.*

<https://www.hospiccheb.cz/file.php?nid=20437&oid=9178171>

Odkaz v textu: (Výroční zpráva, 2019)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (2020). *Výroční zpráva za rok 2020*.

<https://www.hospiccheb.cz/file.php?nid=20437&oid=9178169>

Odkaz v textu: (Výroční zpráva, 2020)

Hospic Sv. Jiří, o.p.s. (2021). *Výroční zpráva za rok 2021*.

<https://www.hospiccheb.cz/file.php?nid=20437&oid=9178168>

Odkaz v textu: (Výroční zpráva, 2021)

Zprávy z Chebu (2014). *Herečka Daniela Kolářová podporuje chebský Hospic Sv. Jiří, o.p.s.*

youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=uthzywKWWG8>

Odkaz v textu: (Zprávy z Chebu, 2014)

## Seznam tabulek

Tab. 1: Finanční zdroje 2021 .....	35
Tab. 2: Finanční zdroje 2019 .....	44
Tab. 3: Finanční zdroje 2020 .....	47
Tab. 4: Nárůst dárcovství vlivem vyšší obeznámenosti .....	67
Tab. 5: Možné darované finanční prostředky .....	68



## Seznam obrázků

Obr. 1: Poslání.....	13
Obr. 2: SWOT analýza .....	14
Obr. 3: Dárčovská pyramida.....	17
Obr. 4: Motto Hospice Sv. Jiří, o.p.s. ....	28
Obr. 5: Pohlaví klientů .....	33
Obr. 6: Diagnóza klientů .....	33
Obr. 7: Místa poskytovaných služeb klientům .....	33
Obr. 8: Akce 2021.....	38
Obr. 9: Akce 2021.....	39
Obr. 10: Akce 2019.....	42
Obr. 11: Akce 2019.....	43
Obr. 12: Akce 2020.....	46
Obr. 13: Akce 2020.....	46

## Seznam grafů

Graf 1: Hledisko počtu mužů a žen.....	48
Graf 2: Hledisko věku klientů .....	49
Graf 3: Hledisko demografické.....	49
Graf 4: Hledisko plnění cílů .....	50
Graf 5: Hledisko benefičních akcí.....	50
Graf 6: Hledisko finančních zdrojů.....	51
Graf 7: Počet klientů v péči.....	52
Graf 8: Počet mužů a žen v péči.....	53
Graf 9: Průměrný věk klientů v péči .....	53
Graf 10: Průměrná doba pečování.....	54
Graf 11: Nejmladší / nejstarší klient v péči .....	54
Graf 12: Otázka č. 1 + otázka č. 2 .....	55
Graf 13: Otázka č. 2.1 .....	56
Graf 14: Otázka č. 3 .....	56
Graf 15: Otázka č. 4 .....	57
Graf 16: Otázka č. 5 .....	57
Graf 17: Otázka č. 6 + otázka č. 6.1 .....	58
Graf 18: Otázka č. 7 + otázka č. 7.1 .....	59
Graf 19: Otázka č. 8 + otázka č. 9.....	59
Graf 20: Otázka č. 9.1 .....	60
Graf 21: Otázka č. 10 .....	61
Graf 22: Otázka č. 10.1 .....	61
Graf 23: Otázka č. 11 + otázka č. 12 .....	62

# Seznam příloh

**Příloha A:** Dotazník

## Příloha A: Dotazník

### DOTAZNÍK - HOSPIC SV. JIŘÍ, O.P.S.

V rámci mé bakalářské práce provádím výzkum, týkající se Hospice Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu. Moc Vás prosím o vyplnění tohoto anonymního dotazníku, jehož vyplnění netrvá déle než 3 minuty.

**Hospic** = péče o nevléčitelně nemocné lidi v konečné fázi jejich života

**Hospic Sv. Jiří, o.p.s.** – nezisková organizace, konkrétně obecně prospěšná společnost, poskytující především službu mobilního hospice (péče v domácím prostředí), odborné poradenství ohledně dané péče klientům i jejich nejbližším a půjčování zdravotních pomůcek, sídlící v Chebu

**1. Znal/a jste Hospic Sv. Jiří, o.p.s. před přečtením výše uvedené informace?**

ano  ne

**2. Slyšel/a jste někdy o dané organizaci?**

ano  ne

**a. Pokud ano, kde?**

Klikněte sem a zadejte text.

**3. Do jaké věkové kategorie zapadáte?**

18-30  31-40  41-50  51-60  61-70  71-90

**4. Jaké máte vzdělání?**

základní  výuční list  středoškolské  vysokoškolské

**5. V jakém regionu žijete?**

Chebsko  Ašsko  Mariánskolázeňsko  Sokolovsko

**6. Máte konkrétní zkušenost s daným Hospicem?**

ano  ne

**a. Pokud ano, jakou?**

pozitivní  negativní

**7. Máte konkrétní zkušenost s jiným Hospicem?**

ano  ne

**a. Pokud ano, jakou?**

pozitivní  negativní

**8. Darujete danému Hospici?**

ano  ne

**9. Darujete nějaké jiné neziskové organizaci – jinému Hospici, charitě, nadaci, nadačnímu fondu?**

ano  ne

**a. Pokud ne, proč?**

Klikněte sem a zadejte text.

**10. Kdybyste měl/a prostředky navíc, byl/a byste ochoten/á je dát na dobrou věc – tedy darovat nějaké neziskové organizaci – jinému Hospici, charitě, nadaci, nadačnímu fondu?**

ano  ne

**a. Pokud ano, víte jaké konkrétně?**

Klikněte sem a zadejte text. /  nevím

**11. Účastníte se nějakých benefičních akcí?**

ano  ne

**12. Myslíte si, že je to dobrá věc?**

ano  ne

**a. Pokud ne, proč?**

Klikněte sem a zadejte text.

Moc děkuji za vyplnění dotazníku a přeji krásný den,  
Barbora Marková

## **Abstrakt**

Marková, B. (2023). *Sociální podnikání a jeho trendy* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická.

**Klíčová slova:** neziskové organizace, obecně prospěšná společnost, hospic, paliativní péče

Bakalářská práce se zabývá sociálním podnikáním a jejími trendy. V teoretické části jsou vysvětleny pojmy související s tématem, tedy definice sociálního podnikání, význam, principy, druhy a procesy neziskových organizací. Dále je popsána historie sociálního podnikání na území České republiky a je zaznamenána předcovidová a postcovidová situace ohledně dané problematiky. V praktické části je popsána nezisková organizace Hospic Sv. Jiří, o.p.s. v Chebu, její historie, poslání, hodnoty, vize a cíle. Následně jsou popsány poskytované služby, cílové skupiny a zájmové skupiny. V rámci výzkumu je vyhodnoceno dotazníkové šetření, zprostředkovaný rozhovor a následně dle výsledků jsou navrženy možnosti investičního rozvoje a zároveň návrh řešení způsobu zajištění udržitelného rozvoje se zaměřením na rozšíření povědomí o Hospici Sv. Jiří, o.p.s.

## **Abstract**

Marková, B. (2023). *Social business and its trends* (Bachelor Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics.

**Key words:** non-profit organizations, public benefit company, hospice, palliative care

The bachelor thesis deals with social business and its trends. In the theoretical part, terms related to the theme are explained, the definition of social business, meaning, principles, types and processes of non-profit organizations. The history of social business is described in the territory of the Czech Republic and the pre-covid and post-covid situation is recorded regarding the given issue. The practical part describes the non-profit organization Hospic Sv. Jiří, o.p.s. in Cheb, its history, mission, values, visions and goals. Then the provided services, target groups and stakeholders are described. As part of the research a questionnaire survey is evaluated, a mediated interview is evaluated, and then, based on the results, opportunities of investment expansion are proposed and the suggestion of solution for sustainable development with a focus on expanding knowledge of Hospic Sv. Jiří, o.p.s.