

**UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ
FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ**

Institut mezioborových studií Brno

**Filantropie v České republice a její význam pro neziskové
organizace poskytující sociální služby**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**Vedoucí bakalářské práce:
PhDr. Mgr. Antonín Dolák, Ph.D.**

**Vypracovala:
Jana Lexová**

Brno 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Filantropie v české republice a její význam pro neziskové organizace poskytující sociální služby zpracovala samostatně a použila jsem literaturu uvedenou v seznamu použitých pramenů a literatury, který je součástí této bakalářské práce.

Elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné.

Brno 20. 4. 2010

.....
Jana Lexová

Poděkování

Děkuji panu PhDr. Mgr. Antonínu Dolákovi, Ph.D. za velmi užitečnou metodickou pomoc, kterou mi poskytl při zpracování mé bakalářské práce.

Děkuji také své rodině za morální podporu a pomoc, kterou mi poskytla při zpracování mé bakalářské práce, a které si nesmírně vážím.

Jana Lexová

Obsah

Úvod.....	7
Teoretická část.....	9
1 Filantropie	9
1.1 Definice a historické kořeny filantropie	9
1.1.1 Význam z hlediska jazyka	9
1.1.2 Pohled historický	11
1.2 Současné chápání filantropie.....	14
1.3 Podstata touhy pomáhat.....	16
1.3.1 Teorie sobeckého genu	16
1.3.2 Prosociální chování a společenská prestiž.....	17
1.3.3 Altruismus jako projev emocí	19
1.3.4 Pohled psychologie	20
1.3.5 Shrnutí.....	22
2 Filantropie v České republice	24
2.1 Možnosti uplatnění.....	24
2.2 Způsoby pomoci	26
2.3 Úroveň filantropie v ČR.....	28
2.3.1 Individuální dárcovství.....	28
2.3.2 Firemní filantropie	30
2.3.3 Podpora médií.....	30
2.4 Legislativa.....	31
2.5 Bariéry bránící rozvoji filantropie	33
2.5.1 Motivace a výchova k filantropii.....	33

2.5.2	Právní prostředí.....	33
2.5.3	Bankovní poplatky	34
	Praktická část.....	36
1	Motivace dnešních filantropů.....	36
1.1	Rozdíl v motivaci právnických a fyzických osob.....	37
1.2	Význam pohlaví, věku a vzdělání.....	39
1.2.1	Dárcovství u šetřené skupiny	39
1.2.2	Vliv pohlaví na motivaci dárců	40
1.2.3	Vliv věku na motivaci dárců.....	41
1.2.4	Vliv vzdělání na motivaci dárců.....	43
1.2.5	Priorita cílové skupiny	45
1.2.6	Výše ročního příspěvku na dobročinné účely	46
1.2.7	První podnět dárcce pro jeho podporu	47
1.2.8	Další zjištění	48
2	Fundraising –FR.....	51
2.1	Definice, vývoj, stav FR v ČR.....	51
2.1.1	Definice fundraisingu (FR)	51
2.1.2	Vývoj a stav FR v ČR.....	52
2.1.3	Finanční zdroje pro FR v ČR.....	54
2.1.4	Zásady a principy fundraisingu	55
2.2	Metody FR.....	57
2.2.1	Pyramida darů.....	57
2.2.2	Bostonská matice	58
2.2.3	Aktivity (metody) fundraisingu.....	58
2.3	Význam FR pro nez. org. poskytující sociální služby..	60

2.3.1	Dotazníkové šetření	60
2.3.2	Zhodnocení.....	64
3	Diakonie ČCE – středisko BETLÉM	65
3.1	Představení organizace	65
3.1.1	Historie BETLÉMA	65
3.1.2	Rozvoj BETLÉMA	66
3.1.3	BETLÉM v současnosti	67
3.2	Specifika organizace	69
3.3	Vývoj a úroveň fundraisingu.....	70
3.4	Výsledky a přínos fundraisingu.....	71
	Závěr.....	73
	Resumé.....	75
	Anotace.....	76
	Literatura a prameny.....	78
	Přílohy.....	80

„Dávání peněz je radost. Lidé dávají rádi proto, že z toho mají dobrý pocit, přidá jim to na společenské vážnosti nebo ulehčí svědomí. Mají možnost si dokázat, že jsou toho schopni. A nebo jim to umožňuje vyjádřit jejich přesvědčení a morální hodnoty.“

Henry Rosso, zakladatel školy fundraisingu na univerzitě v Indianě

Úvod

I vyspělé lidské společnosti mají celou řadu svých společenských problémů. Většina států má vlastní orgány, instituce a aparáty, které tyto problémy řeší: starají se například o nemocné nebo nemohoucí občany, opuštěné děti, řeší problémy životního prostředí, otázky ochrany lidských práv, zabývají se volnočasovými aktivitami dětí a mládeže apod. Ale ne všechny tyto otázky a problémy dokáže stát řešit vlastními silami v plné míře, a to ať už z důvodů kapacitních, nebo třeba ekonomických.

Vzniká tedy spousta dalších tzv. nevládních neziskových organizací (NNO), které se věnují palčivým problémům lidské společnosti a poskytují služby, které veřejná správa neumí, nebo někdy také nechce dělat a pro podnikatelský sektor nejsou dobrým byznysem. Vedle sektoru státního a komerčního existuje ještě tedy jako protiváha sektor neziskový, nazývaný též třetím sektorem.

Definice nestátních neziskových organizací v České republice je odvozena od právní subjektivity: občanská sdružení, obecně prospěšné společnosti, nadace, nadační fondy, církevní právnické osoby. Kromě výše jmenovaných patří jistě do třetího sektoru i občanské aktivity, které vykonávají nějakou obecně nebo vzájemně prospěšnou aktivitu bez právní subjektivity – petiční akce, sousedské iniciativy, zorganizování obyvatel. Občanské aktivity spolu s nestátními neziskovými organizacemi bývají definovány jako občanský sektor.

Vedle role participativní je jeho další významnou rolí role servisní. Neziskové organizace poskytují služby zejména pro takové skupiny lidí, které své potřeby nemohou uspokojit jinde. Neziskové organizace tak de facto vyplňují mezeru v nabídce služeb, které poskytuje většinou stát nebo municipalita. Služby nabízené neziskovým sektorem bývají zpravidla velice efektivní, neboť neziskové organizace nejsou nuceny dosahovat při své činnosti zisku. Tyto služby bývají také mnohem cílenější, protože většinou vycházejí ze skutečných potřeb klientů. V rámci jejich poskytování vytvářejí

neziskové organizace pracovní místa především v sektoru služeb. V neposlední řadě rovněž institucionalizují tradiční vzájemnou pomoc mezi občany – například v rámci dobrovolnictví – a přispívají k integraci společnosti.

Nejproblematictější oblastí českého neziskového sektoru je financování – na rozdíl od množství rozpočtových a příspěvkových organizací, které mají jasně definovanou vazbu na veřejný rozpočet, NNO vždy zápasily s nejistotou dlouhodobého financování a musely neustále obhajovat svoje právo na existenci.

Jako možný významný zdroj financí pro činnost neziskových organizací se jeví soukromé zdroje jednak právnických osob – firem, různých společností, ale také jednotlivců z řad občanů ve formě darů poskytnutých organizaci, tedy využití empatie a blízkého vztahu jednoho člověka k ostatním lidem – altruismu v podobě filantropie. Na filantropii potom staví obor zvaný fundraising, který se stává významnou součástí řízení a především financování NNO i v ČR. Aby mohly neziskové organizace svou významnou roli ve společnosti plnit a rozšiřovat, je třeba filantropii podporovat, rozvíjet, ale také naučit neziskové organizace potenciál filantropie dostatečně využívat pomocí účinného a systematického fundraisingu.

Cíl bakalářské práce

Cílem bakalářské práce je studium filantropie v České republice. Popsat její historické kořeny, vývoj a objasnění významu v chápání tohoto fenoménu v současnosti. V teoretické části práce na základě studia literárních pramenů hledat odpovědi na otázky podstaty lidské potřeby a touhy pomáhat. Definovat a zmapovat možnosti uplatnění filantropie, její projevy a současnou úroveň v české společnosti. Poskytnout přehled celé škály možností uplatnění filantropie. Popsat legislativní prostředí v ČR pro filantropii a bariéry bránící jejímu rozvoji.

V praktické části se chci zaměřit na zjištění motivace současného českého člověka pro jeho filantropické chování a ochotu nějakým způsobem podporovat činnost neziskových organizací, jeho preference způsobu pomoci, to vše s ohledem na pohlaví, věk a vzdělání. Dotazníkovým šetřením zjistit jak důležitou roli hraje pomoc veřejnosti při financování sociálních služeb poskytovaných neziskovými organizacemi: fundraising. Na případové studii Diakonie ČCE-střediska BETLÉM demonstrovat význam filantropie pro fundraising, jako významný zdroj financování a popsat systém účinného fundraisingu.

Teoretická část

1 Filantropie

1.1 Definice a historické kořeny filantropie

Chceme-li vystihnout a definovat pojem filantropie, je důležité, v jakém kontextu o tomto pojmu uvažujeme. Základními rovinami bude určitě jazykový význam termínu, zajímavé bude sledování pojetí tohoto termínu v jeho historickém vývoji, ale pro potřeby této studie se nejvíce zaměříme na chápání a význam filantropie v současnosti v podmínkách české společnosti.

1.1.1 Význam z hlediska jazyka

Filantropie v doslovném překladu je většinou uváděna jako láska k člověku, vnímána bývá nejčastěji jako dobročinnost, případně velmi volně bývá jako výklad používáno termínu dárcovství. *Filantropický – vztahující se k dobročinnosti, lidumilství*. (Hartl, 2004, s. 67) Právě i termín dobročinnost je veřejností nejčastěji používán a samotný pojem filantropie není v běžné populaci příliš frekventován.

I v zemích s bohatou historií v oblasti charitativní činnosti můžeme spatřovat rozdílné přístupy k pojmu filantropie. Zatímco ve Spojených státech amerických je slovo filantropie obecně známým a užívaným pojmem, ve Velké Británii jsou daleko frekventovanějšími pojmy pro stejnou oblast spíše termíny dárcovství a charita.

Často bývá užívána tato definice pojmu filantropie: dobrovolné aktivně vynaložené úsilí jedince (ev. skupiny) ve prospěch jedince (či skupiny) druhého. Je ovšem nutno upřesnit, že se musí jednat o jedince, mezi nimiž na počátku neexistuje žádný vztah. Nelze tedy do filantropie zahrnovat péči a lásku rodičů k dětem. Za projev filantropického chování nemůže být ani považována sociální práce státu, neboť je konána na základě legislativy, a ne na principu dobrovolnosti, kterou výše uvedená definice předpokládá.

Bergerová hovoří o filantropii jako o vztahu dotčených subjektů a popisuje, jak může dárcé svým filantropickým chováním obohatit vlastní život.

O filantropii se často mluví jako o jednosměrném, nezištném vztahu mezi dárcem a obdarovaným. Slova dárce a obdarovaný se nezdají příliš šťastná, už předem navozují představu pouhého předání daru, což je jen část toho, co od filantropie očekáváme.

Je-li filantropie formulována jako vztah, měl by to být vztah se silnou zpětnou vazbou, který koriguje dárce, ověřuje reálnost, adekvátnost jeho úmyslů a jeho pomoci. A je opravdu tento vztah nezištný? Neobohacuje dárce, nedává mu pocit tvořivé spoluúčasti na společenském dění? Nerozšiřuje jeho znalosti a zkušenosti, nedává mu proniknout do nových témat a problémů, neumožňuje mu vstupovat do nových sociálních a společenských skupin? To je zisk, který vnímavému dárci filantropie nabízí. (Bergerová, 2002, s. 104)

Pokud bychom vnímali filantropii jako výše popsaný vztah, jednalo by se o ideální situaci především pro práci neziskových organizací, protože právě vztahy s dárci se snaží tyto organizace budovat a kultivovat oborem zvaným fundraising, který na filantropii staví. Pak ale vyvstává otázka, zda např. anonymní dárcovství formou veřejných sbírek a zaslání DMS lze také považovat za filantropii.

Vedle termínu filantropie se často objevují i jiné pojmy, které jsou významově velmi blízké.

Altruismus – poskytování výhod jiným na úkor sebe. (Hartl, 2004, s. 16) *Morální princip, někdy i naplněný reálným chováním, které je zaměřeno na kohokoliv, kromě jeho nositele. Vztahuje se jen na chování individuí, nikoli institucí či organizací.* (Frič a kol., 2001, s. 13) Altruismus lze též označit jako prosociální chování – chování poskytující pomoc. (Nakonečný, 2009)

Nakonečný dále uvádí, že *altruismus může, ale nemusí mít nutně znak pohotovosti zřící se vlastního dobra ve prospěch jiné osoby nebo celé skupiny osob a podobně. Nemusí také nutně souviset s obětí (například altruisticky motivované finanční příspěvky znamenají sice jistou finanční oběť, ale nikoli ve smyslu sebeobětování se.* (Nakonečný, 2009, s. 221)

Filantropie – konkrétní skutek ve prospěch druhého, de facto altruismus s konkrétním obsahem a zaměřený mimo rodinný okruh jeho nositele. Může se jednat o podporu nemocných a chudých či pomoc při živelných katastrofách, ale také se jedná o podporu určitých oblastí společenského života, např. kultury, sportu, vzdělávání.

Kromě individuálního má i rozměr institucionální. Českými ekvivalenty termínu filantropie jsou dárcovství a dobročinnost.

Charita – je vnímána obdobně jako filantropie, ale v zúženém významu jako pomoc lidem v životních nesnázích.

1.1.2 Pohled historický

Projevy filantropie v lidském chování lze pozorovat v časně raném období společenského života, kdy ti nejbohatší členové společnosti přispívali na potřeby chudých, nemocných, vdov a sirotků.

Filantropie v období antickém

Budeme-li hledat historické kořeny filantropie, najdeme je již například ve starém Řecku, kde bylo chápání dobra spojeno s obětavými činy pro dobro „polis“, nikoli s lidským soucitem (Hladká, 2009, s. 2). Filantrop v pojetí antickém je člověk poskytující almužnu hladovému, ale podporující také např. sportovní hry, divadlo, oslavy, a lze v něm spatřovat jakýsi prototyp velkého amerického filantropa moderní doby. Lze konstatovat, že ve starém Řecku a Římě nacházíme světské kořeny filantropie. Filantropická tradice je založena na tom, co Aristoteles nazývá přiměřeností a co bychom my nazvali osvíceným osobním zájmem.

Filantropie křesťanská

Spojení filantropie s lidským soucitem můžeme pozorovat až v pojetí židovském a posléze i křesťanském. Většina autorů ale projevy nábožensky motivované filantropie označuje jako charitu, jež je založena na altruismu, lásce k bližnímu, která je posléze spojována s láskou k Bohu jako základní hodnotě. Křesťané jsou samým Bohem vyzýváni k pomoci a péči o druhé.

Svatý Tomáš Akvinský ve svém díle Summa Theologiae vyvážil sedm tělesných aktů milosrdenství a sedm duchovních způsobů poskytování almužny. Mezi sedm tělesných aktů milosrdenství patří nakrmení hladových, napojení žíznivých, ošacení nahých, přijetí cizích, návštěva nemocných, vykoupení vězňů a pohřbení mrtvých. Duchovní milosrdenství zahrnuje poučení, radu, útěchu, pokárání, odpuštění provinění, přejímání břemen druhých a modlitbu za všechny. (Payton in Revue PROSTOR 57, 2003, s. 125)

Právě s křesťanstvím a církví jsou spojeny počátky organizované dobročinnosti na území ČR. V dobách hlubokého středověku měla církev monopol na organizovanou dobročinnost. První významné oslabení tohoto monopolu přináší husitská revoluce, která posílila vliv městského stavu; následně došlo k sekularizaci dobročinných aktivit. (Frič a kol., 2001, s. 23)

Filantropie 19. století

Předěl mezi středověkou a moderní filantropií charakterizuje zavedení sociálních zákonů. Podpora poskytovaná z tradičních almužen byla rozsahem příliš malá, aby dokázala řešit nastalé problémy velké nezaměstnanosti. (Payton in Výtah z textu Roberta L. Paytona, s. 7)

Od 16. do 18. století se v problematice filantropie objevují otázky rostoucí úlohy státu, slábnoucí role církve a zvyšujícího se vlivu nové třídy obchodníků. Pozornost se zaměřovala na souvislost filantropie s udržováním sociální rovnováhy a na rostoucí pochybnost, zda je charita vůbec k něčemu dobrá.

Významný posun v oblasti filantropie nastává v 19. století, kdy dochází k nárůstu počtu různých nadací, spolků a občanských asociací jako výsledek národního obrození a projev rozmachu národního vlastenectví. Pozornost dobrodinců se začíná obracet i k oblastem společenským, jako např. podpora vzdělávání, vědy, kultury a umění.

Typickým představitelem filantropa dle antického prototypu v 19. stol. v českých zemích je Josef Hlávka, jenž pocházel z nemajetných poměrů, ale svou pílí, houževností a pečlivostí se stal vyhlášeným a uznávaným stavitelem. Podařilo se mu získat velké státní i privátní zakázky, které se staly zdrojem jeho velkého bohatství. Kromě věhlasu stavitelského získává i věhlas štedrého dárce, filantropa, čili mecenáše, a to svou podporou především v oblastech kultury a vzdělanosti českého národa; ty považoval za nejdůležitější sféry společenského života. Jeho podpůrná činnost a pomoc je vždy přesně cílena tak, aby přinesla co největší a dlouhodobý efekt (Ries in Revue PROSTOR 57, 2003). Své mecenášství Hlávka završil ustavením nadace, jíž odkázal celé své pohádkové jmění, ale také přesně stanovil pravidla využití prostředků. Protože především právnicky byla činnost nadace ošetřena dokonale, přežila všechny politické režimy a je nejstarší doposud fungující nadací u nás.

To dokazuje, že ani v našich podmínkách není filantropie záležitostí novodobou.

Filantropie 20. století

Historie a vývoj filantropie v českých zemích a ve střední Evropě vůbec byly zpřetrhány především druhou světovou válkou, okupací a následně také totalitním politickým režimem, i když po 2. světové válce se velmi rychle a na krátkou dobu obnovila organizovaná dobročinnost a občanské sdružování.

V období socialismu stát minimalizoval vliv církve jako velké charitativní organizace. Zkonfiskoval majetek spolků a různých organizací, jejich veškerou činnost centralizoval a sdružil pod tzv. Národní frontu. *Socialistický režim organizovanou dobročinnost zestátnil a ideologizoval. Zrodil se nový typ altruismu vyznačující se až fanatickou obětavostí motivovanou vírou v předností socialismu, komunistickou uvědomělostí a proletářským internacionalismem. Socialistický stát se s pomocí tohoto proletářského altruismu pokoušel kompenzovat absenci komerčního sektoru.* (Frič a kol., 2001, s. 25)

Veškerá činnost oblastí, které bývají cílem filantropických aktivit, jako sociální práce, kultura a vzdělávání, byla vykonávána i financována státem. Vedle toho byla komunistickou propagandou zesměšňována organizovaná charita v kapitalistických zemích.

Budovatelské nadšení však postupně ochabovalo a dobrovolnická práce odvedená v různých akcích a v rámci brigád socialistické práce ve prospěch budování komunistické společnosti začala mít čím dál větší příchut' „vynucené angažovanosti“, užitečné pouze pro kariérní postup. *Z hlediska dárcovství a dobrovolnictví po sobě éra socialismu zanechala vesměs negativní dědictví.* (Frič a kol., 2001, s. 26)

Obnova organizované dobročinnosti na autentických a demokratických základech nastala až po roce 1989, a to na základě nově přijatých zákonů, které umožnily jednak svobodné sdružování občanů, jednak vznik jednotlivých typů neziskových organizací.

1.2 Současné chápání filantropie

V současných moderních společnostech má filantropie podobu především organizované a masové činnosti, jež má nepřehlédnutelný ekonomický a sociální význam. Organizované dárcovství a dobrovolnictví nepřináší jednostranný prospěch pouze příjemci této podpory, ale má význam jak pro samotné dárce, tak také pro celou společnost.

Všichni autoři se shodují na stejném pojetí současného chápání filantropie, kterou lze spíše vyjádřit jako zájem o lidstvo, než o jednotlivce. V užším pojetí je filantropie méně osobní, zaměřená spíše na celkové zlepšování života lidí, než na pouhé krátkodobé zmírňování strádání.

Jde o odklon od dobrovolné, soukromé, převážně nábožensky motivované a orientované charity k světskému humanismu placenému z vybraných daní, o změnu institucionálního rámce a o změnu hodnot. Jak se soukromá filantropická praxe stává veřejnou, administrativní činností, zcela vědomě se zbavuje náboženských východisek. Filantropie coby světská praxe vychází v mnohem vyšší míře z utilitárních hodnot, než z hodnot náboženských. (Payton in Výtah z textu Roberta L. Paytona, s. 7)

Současná podoba filantropie je úzce spjata s existencí neziskového sektoru, který je de facto zprostředkovatelem mezi dárce a potřebnou cílovou skupinou. Neziskové organizace vznikají tam, kde selhává stát a trh, především v oblasti poskytování služeb veřejnosti; jejich snahou je kompenzace těchto nedostatků.

Jejich význam nespočívá jen v institucionalizování pomoci trpícím a lidem v nouzi, ale řeší i otázku vztahu mezi dárce a konečným příjemcem pomoci, konkrétním individuem. Pomáhají zprostředkovat pomoc člověku, který si o ni sám nedokáže říci, a zbavují ho osobního závazku vůči dárce.

Na jedné straně tak brání vzniku a šíření klientelismu a na straně druhé umožňují dárce zprostředkovat jeho dar ve prospěch potřebné věci, aniž by se dárce musel v této věci konkrétně angažovat. (Frič a kol., 2001, s. 33)

Filantropie 21. století přináší dárce na straně jedné možnost ovlivňovat a spolupodílet se na chodu veřejného sektoru, přináší ale také pocit spolupatříčnosti, solidarity a odpovědnosti za stav společnosti.

Na straně další dobročinnost dárců přináší neziskovým organizacím potřebné prostředky k naplňování jejich cílů a poslání.

Organizovaná dobročinnost je součástí samoregulačních procesů jednotlivých společenství, komunit i celé společnosti. (Frič a kol., 2001, s. 34)

1.3 Podstata touhy pomáhat

Jak je vůbec možné, že se filantropie rozrostla do masových rozměrů, a čím je filantropické chování člověka motivováno? Filantropie je vlastně konkrétním projevem altruismu, nabízí se ale otázka, kde se v člověku altruismus bere, když povaha člověka je v podstatě egoistická a individualistická. Názory odborníků vedou dvěma směry.

1.2.1 Teorie sobeckého genu

Typickým představitelem evoluční biologie je R. Dawkins, který ve své knize *Sobeký gen* vychází z představy, že člověk, stejně jako všechny ostatní organismy, je pouze nástroj vytvořený geny, které přežívají v některých případech miliony let ve světě plném konkurence. Tato představa nás tedy může opravňovat k očekávání jistých vlastností našich genů. *U úspěšného genu by měla být nejvýraznější vlastností nemilosrdná sobeckost.* (Dawkins, 1998, s. 14)

Tato sobeckost se potom projevuje i v chování a jednání jedince, i když někdy pro něj může být výhodné naopak jednání altruistické, byť v omezené formě. Dawkins ale připouští, že u člověka nemůžeme pokládat genetické předpoklady za neměnné a naprosto trvalé, protože člověk se od ostatních tvorů živočišné říše odlišuje tím, že je ovlivňován kulturou, ve které vyrůstá a žije, tedy naučenými a předanými podněty.

Geny člověka jakoby nutí jednat a chovat se určitým způsobem, ale on se jimi nemusí nechat řídit. Autor jako biolog se přiklání spíše k názoru, že biologická podstata řídí z velké části jednání lidí, zároveň ovšem hovoří o tom, že geny neřídí přímo chování svých organismů, ale můžeme je přirovnat k programátorovi, který vytvoří program, nicméně jeho využití je na jeho uživateli. Právě schopnost ovládat své genetické danosti, své přirozené pudy a touhy nás odlišuje od zvířat a činí z nás lidské bytosti, schopné regulovat své chování a jednání na základě určitých získaných norem a postojů.

Dawkins v podstatě připouští pouze dva typy altruismu, které oba dva stojí na přirozené sobeckosti:

- altruismus příbuzenský, který je motivován snahou pomoci vlastní rodině, především potomkům, a tím se snažit o udržení vlastního rodu. Jestliže se člověk chová altruisticky vůči jinému člověku, většinou je důvodem určitý

znak, vlastnost, které spatřuje také u sebe; dle Dawkinse mají tedy určitý společný gen, a tudíž se jedná právě o projev sobeckého genu - příbuzenský altruismus.

- altruismus reciproční, tedy takový, který má jisté očekávání vlastního prospěchu. *Každé jednání všech živých organismů (nejen člověka) je očividně účelové, a tudíž i altruistické chování má v pozadí určitý zájem.* (Dawkins, 1998, s. 42)

Podstatou teorie sobeckého genu je myšlenka, že konání a jednání živých bytostí není motivováno zájmem určitého společenství (rodiny, skupiny), dokonce ani zájmem jich samotných. Každý jedinec jedná především v zájmu svých vlastních genů.

1.3.2 Prosociální chování a společenská prestiž

K teorii sobeckého genu se vyjadřuje také M.Ridley ve své knize Původ ctnosti, ve které říká, že sobecký gen není důvodem k tomu, abychom se chovali vždy pouze egoisticky a bezohledně, ale právě naopak, že tento sobecký gen umožňuje náš altruismus. Nicméně tato příčina nečiní altruismus menším či méněcenným.

Pro praktický život lidského společenství je navíc příčina altruistického chování nevýznamná. Důležitý je samotný altruistický skutek a jeho význam pro člověka či skupinu, v jehož prospěch byl vykonán, než pohnutky člověka konajícího. Pro společenský život je důležité, aby se lidé k sobě navzájem chovali slušně, a samotný motiv takového jednání není podstatný. (Ridley, 2000, s. 33)

Ridley se ve své knize zabývá především otázkou, zdali je člověk instinktivně sociálním, či asociálním tvorem; tuto otázku pokládá za základní k pochopení lidské společnosti. Hovoří o skutečnosti, že člověk je na lidské společnosti mnohem závislejší, než je tomu např. u společenství lidoopů. Upozorňuje na fakt, že prospolečenské chování člověka je zbytkem společnosti v převážné většině vnímáno jako ctnostné a dobré, vedle toho jednání každého jedince, které je klasifikováno jako asociální, tedy převážně egoistické a sobecké, je vnímáno společností jako zlé a špatné. *Lidská společnost stojí na sociální prestiži těch, kdo se chovají správně, a na ostrakizaci těch, kteří se chovají špatně.* (Ridley, 2000, s. 14)

Někteří autoři se ale domnívají, že jde právě spíše o nezištný motiv, než samotný skutek. Francis Hutcheson nabyl přesvědčení, že milosrdenství konané z marnivosti

nebo sebelásky není milosrdenstvím. Svatý Augustin došel až k přesvědčení, že almužnu lze dávat pouze z lásky k Bohu. (Ridley, 2000, s. 33)

Ridley ve své knize cituje ekonoma Amartyu Sena, který ve svém komentáři ke Kantovi říká: „*Jestliže se vám z představy cizího utrpení dělá špatně, jedná se o případ soucitu... Mohli bychom říct, že projevy soucitu jsou v jednom důležitém ohledu egoistické, neboť pokud člověka těší potěšení jiných a bolí ho jejich bolest, může úsilí o vlastní prospěch vést k soucitnému jednání*“ . (Ridley, 2000, s. 33)

Ridley také uvádí výčet vlastností, které jsou jednoznačně hodnoceny jako ctnostné; jde především o nezištnost, velkorysost, soucit, náklonnost a obětavost, protože projevy těchto vlastností jsou projevem dobra ve prospěch druhých lidí či různých skupin.

Velkou roli v našem chování vůči druhým lidem hrají emoce, které nás vedou k altruistickému chování vždy, když se nám to může z dlouhodobého pohledu vyplatit. Dělá nám dobře, když se k nám lidé chovají altruisticky, a/nebo když se chovají altruisticky k lidem, které máme rádi. Naše emoce nás mohou ale vést i k nesobeckému a neracionálnímu jednání, pokud podlehneme vlastním citům. Co jiného může vést člověka k tomu, aby anonymně věnoval peníze charitativní organizaci nebo aby pracoval jako dobrovolník? Za důkaz takového motivu lze pokládat třeba i dárcovství krve, tj. zdarma. Takové činy dle Ridleyho zvyšují naši prestiž a především vzbuzují u ostatních lidí důvěru v naši osobu.

Nabízí se ovšem otázka, proč není mezi lidmi více dobrodinců a altruistů, když je takové chování oceňováno společností a přináší člověku uznání. Ridley říká, že ačkoli univerzálně obdivujeme a chválíme nezištnou obětavost, nepředpokládáme, že se podle ní budeme stoprocentně řídit my nebo naši blízcí. Jednoduše neděláme to, co kážeme... *Čím nezištněji se chovají ostatní lidé, tím lépe pro nás, ale čím sobečtěji se chováme my a naši blízcí, tím hůře pro ostatní lidi.* (Ridley, 2000, s. 157)

Pro praktický život lidského společenství je navíc příčina altruistického chování nevýznamná. Důležitý je samotný altruistický skutek a jeho význam pro člověka či skupinu, v jehož prospěch byl vykonán, než pohnutky člověka konajícího. Pro společenský život je důležité, aby se lidé k sobě navzájem chovali slušně, a samotný motiv takového jednání není podstatný.

Ridley uvádí, že motivy našeho jednání ve prospěch druhých mohou být i nízké, např. snaha o vlastní prosazení se. Přichází dokonce s tvrzením, že skutečný altruista by

nikdy nikomu nic nedaroval, protože si uvědomuje, že jeho motivy, jako touha po společenském uznání, případně očekávání nějaké protihodnoty, činí jeho skutek spíše sobeckým a egoistickým. Skutečný altruista si nechce obdarovaného žádným způsobem zavázat a zadlužit, jak to často cítíme, když dáváme dárky apod.

V tomto duchu je zajímavé, že mnozí lidé, zřejmě z důvodu, aby se nemuseli cítit něco dlužní, dokonce neumějí dárky přijímat. Lidský instinkt, který nás nutí oplácet přijaté dary dary stejné hodnoty, je v nás natolik hluboce zakořeněn, že jej slyšíme i v lidovém rčení: „Kamarádi bud' me, ale dluhy si plat' me.“

Svým štědrým darem můžeme zahanbit jeho příjemce, jestliže náš dar nemůže oplatit stejně hodnotným nebo my poskytneme mnohem hodnotnější protidar, než byl dar, který jsme přijali jako první my. Tento fakt může vést k narušení mezilidských vztahů, přestože na počátku stála upřímná snaha spíše o jejich posílení.

Dle Ridleyho je podíl dědičnosti na inteligenčních a charakterových rysech člověka zhruba poloviční a tento názor tak vlastně dává odpověď na spor zastánci kulturního determinismu versus stoupenci biologického determinismu.

1.3.3 Altruismus jako projev emocí

Ke stejnému názoru se přiklání i E. O. Wilson v knize *Konsilience - jednota vědění*, ve které pojednává o potřebě vzájemného pochopení exaktních věd a humanitních oborů. *Vědci studující lidský mozek prokázali, že emoce jsou důležitou součástí rozumu. Člověk neřídí plně své vlastní jednání, poněvadž se nerozhoduje pouze vědomím a racionálním výběrem. Velká část výpočtů dělaných při rozhodování je nevědomá – jsou to nitky loutkového ega.* (Wilson, 1999, s. 135)

Dále píše: *Iluzi svobodné vůle vytváří skrytá příprava duševní činnosti. Rozhodnutí děláme z důvodů, které často jen matně tušíme, a málokdy – jestli vůbec – je chápeme úplně. Tento druh nevědomosti pociťuje vědomá mysl jako nejistotu, kterou musí vyřešit; tím je zaručen svobodný výběr.* (Wilson, 1999, s. 135) Hovoří o tom, že nemůžeme hledat ani najít žádný jednoduchý determinismus lidského myšlení, protože lidská mysl není plně poznatelná a předvídatelná. Přináší myšlenku, že geny a kultura jsou spolu neoddělitelně spojeny, podobně jako biologové hovoří o vzájemném působení genetického dědictví a okolního prostředí.

Wright ve své knize *Morální zvíře* interpretuje a srovnává různé názorové směry z hlediska toho, jak se dívají na motivy a původ lidského jednání, nejvíce se zabývá vztahovými otázkami a chováním lidí vůči sobě navzájem. Říká, že vlastnosti člověka, které jsou důležité pro společnost a její soudržnost a které nás odlišují právě od zvířat, jako nesobeckost, láska, přátelství, soucit, svědomí a spravedlivost, mají prokazatelně genetický základ. Hovoří především o tom, že se rodíme v podstatě všichni s genetickou výbavou s předpoklady k určitým úspěchům a chováním, ale prostředí, ve kterém vyrůstáme, výchova, které se nám dostane, významně tyto schopnosti ovlivní (buď dojde k jejich rozvoji a posílení, nebo k potlačení). (Wright, 1995)

Společnost, ve které se objevuje vzájemný altruismus, je ke svým členům přátelská. Důvodem dle Wrighta je, že oceňuje slušnost, poctivost a spravedlnost, což lidé u svých přátel očekávají. Vzájemný altruismus, tedy pomoc za pomoc, má jednu nutnou podmínku, a sice, že si musíme pamatovat historii altruistických výměn, tedy vést si jakési účetnictví, jak to nazývá Wright. Faktem je, že si pamatujeme více to, co nám dluží jiní lidé, než to, co bychom měli splatit my. Protože se v životě snažíme dosáhnout co největšího úspěchu a postavení ve společnosti, snažíme se druhým zalíbit, vybudovat si dobré jméno, a k tomu může pomoci i dobrosrdečnost.

Freud se považoval za darwinistu a vnímal lidské myšlení právě jako výtvor evoluce. Lidskou psychiku vnímá jako boj mezi nízkými biologicky danými pohnutkami a společenskými normami. Popisuje tyto faktory jako „id“, ve kterém je skrytý zvířecí pud, vedle toho naše „ego“, tedy vědomí, díky kterému balancujeme mezi naší geneticky danou přirozeností a získanými normami. Veškeré naše jednání potom reflektuje „superego“, které v nás vyvolává různé pocity viny, vytváří zábrany apod. Svádíme často boje mezi naší sobeckostí a altruistickými sklony, musíme se rozhodovat, zda se budeme chovat v zájmu společnosti či určité skupiny, nebo zda nám jde pouze a jen o vlastní prospěch. V takové chvíli v nás dle freudovského pojetí svádí boj ID na straně sobectví a EGO/SUPEREGO na straně altruismu. (Wright, 1995)

1.3.4 Pohled psychologie

Pokud se zamýšlíme nad příčinami altruistického či filantropického chování člověka, je třeba se zamyslet nad teorií motivů a motivace lidského jednání obecně. M. Nakonečný (1997) uvádí, že motivace determinuje jednání člověka tak, aby udržoval a uspokojoval svůj vnitřní stav spokojenosti. Zjednodušeně se dá říci, že motivace

vyjadřuje rozdíl mezi aktuálním prožíváním člověka a tím, co prožívat touží. V určitém smyslu pojem motivace vysvětluje psychologické důvody chování a jeho subjektivní význam. *Funkcí motivace je uspokojování potřeb individua, vyjadřujících nějaké nedostatky v jeho fyzickém a sociálním bytí. V tomto smyslu zajišťuje motivace účelné chování, udržující vitální a sociální funkce individua, tj. poněkud zjednodušeně řečeno jeho fyzické a psychické zdraví.* (Nakonečný, 1997, s. 16)

Podle Nakonečného musíme spatřovat zdroj motivace ve dvou složkách individua, jednak ve vnitřních, a na druhé straně ve vnějších situacích (Nakonečný, 1997). Je tedy třeba rozlišovat mezi motivy a vnějšími motivujícími podněty. Tyto vnější podněty se stávají skutečnými podněty teprve tehdy, pokud se setkají s potřebou člověka.

To, co nás činí lidmi, je bytost nejen biologická, ale především to, že člověk je tvor společenský, a tudíž musí uspokojovat jednak své biologické potřeby, ale také potřeby kulturní a sociální neboli společenské. K potřebám společenským můžeme přiřadit touhu po sdružování, kontaktu a komunikaci s druhými lidmi, po přijetí, uznání, moci, ale i třeba po něžnosti apod. Právě potřeba těchto sociálních kontaktů je u člověka jako tvora společenského jedna z nejdůležitějších. Sociální potřeby každého člověka se ovšem liší v závislosti na společnosti, ve které vyrůstal, na výchově, které se mu dostalo, a také na hodnotách, které vyznává. Naplnit jednotlivé potřeby lze různými způsoby chování, někteří psychologové užívají raději termínu jednání, které je determinováno právě motivací.

Můžeme hovořit o prosociálním chování, kterým člověk nejen naplňuje své potřeby, ale je prospěšné i pro další osoby, v jejichž prospěch člověk nějakým způsobem jedná. Takového chování je člověk schopen asi až od 5. roku svého života, protože na svět přicházíme jako sobečtí a egoističtí tvorové. Důvodem prosociálního chování může být láskyplný vztah či sympatie nebo empatie, tedy soucit a lítost, které v nás vyvolává. Právě city jako láska a lítost nás vedou od lásky k nám samotným k nezištné lásce vůči druhým lidem, od egoismu k altruismu (Nakonečný, 1997).

Nakonečný dále ovšem uvádí, že mnoho lidí v podstatě nikdy svůj egoismus nepřekoná a projevy altruismu jsou jeho pouhým kalkulem a projevem vlastního sobectví. Co způsobuje toto prosociální chování neboli altruismus, je jednou z otázek, na které se snaží psychologie najít odpověď. Jestliže je altruismus konání člověka ve prospěch druhých lidí bez ohledu na jakékoliv materiální osobní odměny, pak se jedná

o uspokojování a naplňování vnitřních, jakýchsi duchovních, hodnot, potřeb a uspokojení.

Dá se tedy hovořit o fungování vnitřních odměn, o kterých hovoří Nakonečný (1997) jako o odměnách s povahou tzv. vyšších citů. Dle něj ale zůstává otázkou, co nutí člověka k tomu, aby dával peníze na dobročinné účely, pomáhal druhým, často naprosto cizím lidem, kteří se ocitli v nouzi.

Pro část populace je prosociální chování určitým způsobem součástí jejich společenského postavení a otázkou společenské prestiže a uznání. Zcela jistě ovšem existují lidé, pro které je pomoc druhým lidem naprostou samozřejmostí, neboť jsou dobrosrdeční, obětaví atd.

Nakonečný polemizuje s teorií sociobiologie o tzv. recipročním altruismu, který je popisován na případu paviánů. Tato teorie nevysvětluje plně lidský altruismus, neboť evoluce vede spíše k boji o život, než k napomáhání jiným a sebeobětování. (Nakonečný, 2007)

Na toto tvrzení navazuje Nakonečný i v Sociální psychologii, kde dává altruistické chování do souvislosti s osobní morálkou, která je zdrojem motivace tohoto způsobu jednání, jež nelze ve všech jeho projevech vysvětlovat evolucionistickou hypotézou podpory přežívání příbuzných genů, reciprocity a podobně. (Nakonečný, 2009)

Jako psycholog Nakonečný upřednostňuje výklad altruistického chování jakožto psychologického fungování morálních norem, které se historicky vyvíjejí právě jako regulátory společenského života. To nevylučuje vliv genetického vybavení člověka egoistickými i altruistickými sklony. *Altruismus může mít různé formy, odpovídající jeho různým motivům, evolucionistické hypotézy je však nevyčerpávají.* (Nakonečný, 2009, s. 223)

Vrozený sklon k altruismu je pak v procesu socializace konkrétně zpředmětňován, což souvisí také s omezováním, respektive utlumováním egoismu. (Campbell, 1965 in Nakonečný 2009, s. 229)

1.3.5 Shrnutí

Pro vysvětlení důvodu, proč lidé pomáhají druhým lidem, byla vytvořena celá řada hypotéz a jako nejpřijatelnější se jeví přece jen vliv empatie a osobní morálky. Vysvětlit

to lze tím, že člověk, který se dokáže snadněji vcítit do druhého člověka, je také pohotovější poskytnout v konkrétním případě potřebnou pomoc.

Z výše uvedených myšlenek a hypotéz nelze vyvodit jednoznačnou odpověď na důvod altruistického jednání. Ovšem i přes různé názorové směry lze nalézt u všech autorů jistou shodu.

Člověk je ve své podstatě bytostí egoistickou a individualistickou, v jeho životě ovšem existují momenty, kdy se potlačení této přirozenosti stává výhodným a přínosným pro něho samotného, a to z různých důvodů. Pomineme-li altruismus příbuzenský, mohou být těmito přínosy uznání od okolí, získání prestiže, vlastní vnitřní uspokojení či jistá míra očekávané recipacity.

Dalším faktorem, který ovlivňuje a formuje altruistické chování, je společenský život lidské populace, který je dalším determinantem jeho vývoje. Člověk ke svému životu společnost potřebuje, a musí se tedy chovat v jejím zájmu a ku prospěchu ostatních.

Ridley sice tvrdí, že motiv altruistického jednání není důležitý, podstatné jsou dle něj konkrétní altruistické činy. Tento názor nelze však zcela bez výhrad přijmout, pokud chceme filantropii nějakým způsobem rozvíjet a kultivovat. Jedině známe-li důvody, proč se lidé chovají určitým způsobem, můžeme je v tomto jejich chování podpořit, pokud jim poskytneme to, co očekávají.

2 Filantropie v České republice

2.1 Možnosti uplatnění

Odedávna bylo snahou společnosti vypořádat se s nerovnostmi, a to majetku, zdraví, vzdělání, schopností u předvídaných či nepředvídaných situací, jako jsou např. živelné katastrofy. Snahou společnosti je právě tyto nerovnosti v případě, že na to jednotlivce nestačí, korigovat a co nejvíce se přibližovat stavu harmonie. Z tohoto pohledu již nelze pojímat filantropii pouze ve zjednodušeném a úzkém chápání jakožto lidumilnost, ale jako snahu o nastolení rovnováhy a určitého řádu ve společnosti. (Hladká, 2009, s. 2)

Současná společnost již nevnímá filantropii jen jako otázku charity a pomoci lidem trpícím, případně v nesnázích, ale zaměřuje se i na podporu aktivit, které usilují o zlepšení společenských poměrů, usilují o nápravu a zlepšení životního prostředí.

Existuje tedy celá řada oblastí, kde filantropie najde uplatnění ve všech svých formách. Děje se tak prostřednictvím nevládních neziskových organizací (NNO), které často řeší ožehavé problémy společnosti nebo se ve své práci věnují oblastem, které dle jejich názoru stát řeší nedostatečným způsobem.

Pokud občan například cítí určitou konkrétní oblast ve společnosti jako problematickou a chtěl by nějakým způsobem na zlepšení tohoto stavu participovat, a přitom se nechce nebo nemůže této problematice věnovat profesionálně, může alespoň poskytnout pomoc a podporu organizacím, jež se těmto tématům věnují.

Sféra zájmů, kterým se jednotlivé NNO věnují, je široká a bohatá:

- Ochrana lidských práv
- Sociální práce a služby
- Zdravotní péče
- Práce s dětmi a mládeží
- Pomoc při živelných katastrofách
- Pomoc chudým zemím
- Ekologické aktivity
- Podpora kultury a umění
- Ochrana zvířat

Jedná se někdy o velké organizace s celostátní působností, ale existuje také velké množství malých organizací, jejichž činnost je zaměřena regionálně.

Každý člověk, pokud se rozhodne nějakým způsobem podpořit činnost neziskové organizace a stát se de facto filantropem, má v zásadě dvě možnosti. Může svou nezištnou pomoc poskytnout nadaci, kterou si vybral a která získává finance prostřednictvím veřejných sbírek nebo na základě partnerství s firmami a takto získané prostředky využívá přímo na konkrétní vlastní činnost, nebo tyto prostředky v grantovém řízení přerozděluje dalším organizacím k financování jejich činnosti.

Další možností je vybrat si již konkrétní organizaci, které svou pomoc poskytnou. V tomto případě má dárci možnost získat informace o přesném a zcela konkrétním využití svého daru. Volba jedné z možností je otázkou především důvěry ve správné a hospodárné využití poskytnuté pomoci.

Současná praxe v české společnosti je taková, že jsou občané i firmy oslovováni neziskovými organizacemi, které je žádají o podporu, a takto oslovený subjekt si potom vybere jednu či více organizací, které podpoří jednou, vícekrát, nebo třeba i dlouhodobě.

2.2 Způsoby pomoci

V podmínkách české společnosti je vnímána filantropie především jako záležitost ekonomická, neboť je nejčastěji pojímána jako otázka týkající se dárcovství peněz ze strany majetných vrstev společnosti či různých firem a nadací ve prospěch neziskových organizací.

V široké populaci je potom filantropie reprezentována především zasíláním dárcovských SMS zpráv a veřejnými sbírkami realizovanými hlavně v podobě prodeje sbírkových předmětů v ulicích měst apod.

Ve skutečnosti je filantropie daleko obsáhlejší pojmem, který v sobě zahrnuje nejen finanční podporu, ale celou řadu dalších forem.

Jako nejvhodnější a především nejefektivnější způsob dobročinnosti se jeví kombinace všech jejích forem v různých poměrech dle oblastí a činností, ke kterým se vztahuje a kterým má pomáhat.

Darování finančních prostředků – je jednou ze základních podpor, která umožňuje neziskovým organizacím vůbec existovat (ekologické organizace) nebo umožňuje např. poskytovat sociální služby alternativními způsoby, které jsou obecně hodnoceny velmi pozitivně, ale nejsou bohužel zatím běžnou praxí.

Darování volného času, dobrovolnictví – proškolení dobrovolníci pomáhají ve všech sférách neziskového sektoru, např. s různými kampaněmi ekologickým organizacím aj. nebo se věnují práci s dětmi apod. Dobrovolníci mohou šetřit významné finanční prostředky především v oblasti personálních nákladů. Pomáhají rozvíjet a zkvalitňovat práci organizací, mohou přinášet spoustu nových myšlenek a poznatků ze svého profesního nebo osobního života.

Pomoc formou dobrovolnictví má také zajímavý sociální dopad. Dobrovolníci pronikají do hloubky problematiky, v níž se angažují a pomáhají, čímž se zvyšuje informovanost společnosti o různých tématech. Jako zapálení příznivci organizace mohou získávat další podporu a pomoc. Zvyšuje se jejich subjektivní odpovědnost za život společnosti. Dobrovolníci z řad studentů získávají konkrétní zkušenosti z praxe.

Darování věcného daru či poskytnutí služeb zdarma – jedná se o formu, která přináší organizacím šetření nákladů na nákup např. zařízení, spotřebního materiálu,

potravin nebo i různých prací. Při tomto způsobu se dárci zpětně zajímají, jak jejich zboží např. slouží a funguje, čímž dochází k dalšímu kontaktu s organizací a příležitosti k hlubšímu partnerství mezi oběma subjekty.

Darování věci má ještě další efektivní přínos: dárci, který chce takto pomoci, poskytne opravdu kvalitní věc či službu, protože je emocionálně motivovaný a má vlastní zájem na tom, aby organizace dobře fungovala. Při běžném nákupu u obchodníka tato motivace chybí.

Poskytnutí know-how – dnešní svět se žene velkou rychlostí kupředu především v oblastech rozvoje různých technologií apod. Přestože neziskové organizace jsou většinou poměrně progresivní a inovativní ve svých oblastech činnosti, potřebují ke své práci ovšem držet krok i v oblastech okrajových, bez kterých se jejich činnost neobejde, jako je administrativní a rozvoj dárce. Zde se objevuje zajímavý úkaz: v této oblasti si neziskové organizace pomáhají navzájem, protože se jedná o oblast specifickou právě pro neziskový sektor. Připadá zde v úvahu ale i možnost poskytnutí know-how od firem či soukromých osob, třeba v oblasti informačních technologií, kde komerční sféra disponuje prostředky na její rozvoj na rozdíl od neziskové.

Patronát či udělení záštity významnou osobností společenského života – tato pomoc pomáhá organizacím se zviditelnit a získat důvěryhodnost veřejnosti. Patronát ovšem může mít i jistá rizika. Stejně jako každý jiný člověk i významné osobnosti mají své příznivce, ale také odpůrce a kritiky. Organizace může tedy patronátem u části veřejnosti získat větší prestiž, ale u části druhé ji ztratit, a třeba i dosavadní podporu.

Podobně může ztratit své příznivce i patron tím, že například spojí své jméno s kontroverzní organizací nebo s tématem, které je nepopulární.

Organizace své patrony hledají většinou mezi známými osobnostmi šoubyznysu nebo mezi sportovci, kdežto o záštitu žádají spíše představitele veřejného života či významné odborníky ve svém oboru.

Udělení záštity je většinou jednorázová záležitost týkající se například různých benefičních akcí. Patronát je záležitost dlouhodobého charakteru, kdy osobnost vlastně propůjčí svou tvář neziskové organizaci k její propagaci. Někteří patroni propadnou zcela tématu a poslání organizace a stávají se aktivními a velmi důležitými spolupracovníky.

2.3 Úroveň filantropie v ČR

Jak už bylo zmíněno výše, éra socialismu po sobě zanechala negativní vztah k dobrovolnictví a prázdnotu v dárcovství peněz. Filantropie současnosti je nerozlučně spjata s existencí a činností neziskových organizací.

Po roce 1990, kdy politické i legislativní změny umožnily vznik neziskového sektoru, se ukázala problematickou především stránka financování jednotlivých organizací. V prvních letech to byla hlavně podpora ze zahraničí, která přicházela a pomáhala neziskovému sektoru v jeho rozvoji. Zde sehrály velkou roli nadace, které finanční prostředky a právě i know-how k rozvoji filantropie u nás předávaly českým neziskovým organizacím.

Neziskové organizace vznikající pod hlavičkami církví byly ještě podporovány svými partnerskými organizacemi a církvemi rovněž ze zahraničí, především z Německa.

Dalším kanálem, který přinášel do českých poměrů zkušenosti s filantropií moderní doby, byly české pobočky velkých nadnárodních, především ekologických organizací, jako je např. Greenpeace.

2.3.1 Individuální dárcovství

Úroveň filantropie v ČR je z velké části ovlivněna vztahem veřejnosti k neziskovým organizacím. Jak uvádí Zpráva o stavu neziskového sektoru v České republice v roce 2008, přestože si veřejnost uvědomuje, že NNO obecně zastupují její potřeby, stále respektuje paternalistickou roli státu a očekává, že odpovědnost za naplnění jejich potřeb má právě stát a veřejná správa. (www.neziskovky.cz) Toto tvrzení lze podpořit výsledky výzkumu Centra pro výzkum neziskového sektoru, které v dotazníkovém šetření zjišťovalo vztah české veřejnosti k dárcovství. *S tvrzením „Důvěřuji neziskovým organizacím více než státu, a proto jim rád/a podle svých možností poskytnu dar“ 30,9 % respondentů spíše nebo zcela nesouhlasí, 37,9 % spíše nebo zcela souhlasí a 31,2 % se nemohlo rozhodnout.* (Hladká, Šenkyříková, 2009, s. 14)

Rozsah peněžního dárcovství prošel v ČR za posledních deset let poměrně dramatickým vývojem. V první polovině 90. let dobročinnost získávala svou legitimitu,

kerou za socialismu ztratila. Rozsah peněžních dárcovských aktivit nepřekračoval v tomto období hladinu 16 % dospělé populace. Zásadní obrat v tomto směru znamenal rok 1997, kdy došlo k povodňové katastrofě na Moravě a ve východních Čechách. Ta způsobila výrazný nárůst peněžních dárců. Podle výsledků výzkumu věnoval v roce 1997 nějaký peněžní dar na dobročinné účely téměř každý třetí obyvatel ČR (29 %). Podíl peněžních dárců se tak během jednoho roku zdvojnásobil. (Frič a kol., 2001, s. 47)

Právě pomoc obětem postiženým živelnými katastrofami je nejvýraznějším projevem filantropie českého národa. I když se Křížková domnívá, že dnešní společnost není ve své podstatě bezcitná, ale nenaučila se ještě být solidární (Křížková in Prostor, 2003, s. 142), výsledky veřejných sbírek na pomoc postiženým oblastem ukazují opak. Dokazuje to článek, který vyšel v MF Dnes s názvem „Češi, přeborníci v dobročinnosti“. *Podle množství peněz, které lidé věnovali zemím postiženým katastrofami, Češi mezi postkomunistickými zeměmi vynikají. Sbírkový v ČR jsou už od 90. let největší, a to nejen relativně – například na oběti tsunami se vybralo čtyřikrát více peněz než v několikanásobně větším Polsku. O srovnatelném Slovensku či Maďarsku ani nemluví. A na Tatry poničené vichřicí vybrali Češi dokonce více peněz než Slováci. (Gazdík, Wallerová - MF Dnes, 20.1.2010, s. 1)*

Frič uvádí, že český dárců většinou přispívá na veřejné sbírky, o kterých se dozví z masmédií a které souvisejí s událostmi vyvolávajícími obecné citové pohnutí. Peníze dává převážně v hotovosti do sbírkové kasičky, a to většinou organizaci, kterou zná spíše z doslechu než z vlastní zkušenosti. Nejčastěji podporovanými skupinami jsou děti, tělesně postižení lidé nebo lidé postižení přírodní katastrofou. Většina dárců při tom zůstává v anonymitě.

V roce 2003 přišlo se zcela unikátním projektem spadajícím do režimu veřejné sbírky Fórum dárců společně s Asociací provozovatelů mobilních sítí. Jedná se o zasílání tzv. dárcovských SMS zpráv neboli dnes již obecně známých DMS. Obliba těchto DMS plyne především z jednoduchosti jejich použití, poměrně nízké částky pro dárců, ale vzhledem k masovosti se jedná o velice efektivní model filantropie. Dalším faktorem je anonymita dárců, která se zdá pro českou populaci stále významná. DMS kampaně umožňují shromáždit také poměrně vysoké částky financí během krátké doby a pomoc se tak stává vysoce efektivní především v krizových situacích.

2.3.2 Firemní filantropie

Je ovšem třeba uvést, že vedle individuální filantropie existuje také firemní filantropie, kterou do ČR přinesly především nadnárodní společnosti, jež začaly do české ekonomiky pronikat po roce 1990.

Od těch se postupně i nově vznikající české firmy a podniky naučily ze svých zisků podporovat různé dobročinné, kulturní, sportovní, nebo i vzdělávací projekty. Pro firmy se podpora neziskového sektoru stává prestižní a konkurenční záležitostí, je projevem jejich úspěšnosti.

V současnosti se v případě firemní filantropie hovoří o tzv. společenské zodpovědnosti firem (corporate social responsibility – CSR). Podpora se děje nejčastěji poskytnutím finančního daru či sponzorováním (za poskytnutí protislužby ze strany organizace, nejčastěji formou reklamy). Zajímavé je také poskytování např. služeb, které mohou významně šetřit finanční prostředky, či věcného daru. V poslední době se objevuje ještě tzv. firemní dobrovolnictví, kdy zaměstnanci mohou odpracovat jeden den ve vybrané neziskové organizaci a zaměstnavatel jim tento den počítá jako odpracovaný. Otázkou ovšem je, nakolik lze vlastně hovořit o dobrovolnictví, pokud zaměstnanec de facto neobětuje svůj volný čas. Jde spíše o poskytnutí jakési práce zdarma ze strany firmy.

Velké společnosti stále častěji své filantropické aktivity řeší ve spolupráci s různými nadacemi, kterým důvěřují. Každoročně převádějí část svých zisků přímo na účet nadace, která s nimi nakládá dle svého poslání a stanov, nebo firma založí vlastní nadační fond či účet, který svěří správě nadace jakožto odborníkům na grantová řízení.

2.3.3 Podpora médií

Velký díl práce v rozvoji a podpoře filantropie odvádějí také média, která jednak navazují mediální partnerství s různými neziskovými organizacemi a informují o jejich činnosti, jednak se stávají spolurealizátory různých kampaní či projektů. Například ČT již 20 let pořádá známé Adventní koncerty, dvanáctým rokem spolupracuje s Nadací rozvoje občanské společnosti na projektu Pomozte dětem.

Neopomenutelná je také pomoc formou vysílání šotů s výzvami k darování v případě živelných katastrof kdekoliv ve světě.

Stále častěji se v živých přenosech různých televizních společností vysílají benefiční večery především pro nadace nebo organizace s celostátní působností, které se těší vysoké sledovanosti a přinášejí významné finanční prostředky.

2.4 Legislativa

Filantropie dnešní doby, charakterizovaná jako masová a organizovaná činnost, podléhá celé řadě legislativních norem, které jsou v zásadě legislativním rámcem pro činnost neziskových organizací. Česká legislativa ovšem dosud nevyjasnila pojem „nezisková organizace“, což činí problémy při interpretaci obecných zákonů, které regulují i činnost neziskových organizací. (www.neziskovky.cz)

Frič v popisu společných rysů neziskových organizací uvádí, že se jedná o organizace mající soukromou povahu, tj. jsou institucionálně oddělené od státní správy, což ovšem neznamená, že nemohou mít významnou státní podporu. Nezisková neznamená, že by organizace nemohla v určitém období dosáhnout zisku, *ale ten musí být opětovně použit na cíle dané posláním organizace, nikoli převeden na „vlastníky“ organizace nebo její řídicí orgán. V tomto smyslu jde o soukromé organizace, které neslouží primárně k dosahování zisku. Tento fakt vyčleňuje neziskové organizace ze souboru soukromého sektoru ve smyslu podnikání.* (Frič a kol., 2001, s. 32-33)

Organizace neziskového sektoru podléhají v zásadě úpravě práva soukromého, avšak s uplatněním některých veřejnoprávních prvků, týkajících se zejména registračního procesu. (Deverová a Pajas in Frič a Goulli, 2001, s. 59)

V ČR existuje několik právních forem neziskových organizací. Nejpočetnější skupinou jsou občanská sdružení, která v roce 2008 tvořila nadpoloviční většinu z celkového počtu 101 659 neziskových organizací. (www.neziskovky.cz) Tato čísla ovšem mohou být zavádějící, jelikož některá občanská sdružení, jež končí svou činnost a zanikají, tuto skutečnost legislativně neošetří. Navíc stále neexistuje jeden centrální fungující registr neziskových organizací.

Dalšími právními formami jsou nadace a nadační fondy, obecně prospěšné společnosti nebo účelová zařízení církví.

Kromě obecných právních norem se činnost neziskových organizací řídí ještě speciálními zákony:

- zákon o nadacích a nadačních fondech,
- zákon o obecně prospěšných společnostech,
- zákon o sdružování občanů,
- zákon o církvích a náboženských společnostech,
- zákon o dobrovolnické službě,
- zákon o veřejných sbírkách.

Přímo filantropie se dotýkají především zákon o nadacích a nadačních fondech, zákon o dobrovolnické službě, zákon o veřejných sbírkách a zákon o daních z příjmů.

Právě zákon o daních z příjmů vytváří pozitivní prostředí pro rozvoj filantropie. Dárce – právnická osoba může odečíst z hodnoty darů poskytnutých obcím a právnickým osobám se sídlem na území ČR nejvýše v úhrnu 5 % ze základu daně, pokud hodnota daru činí nejméně 2 000 Kč. U dárce – fyzické osoby může odečitatelný úhrn dosáhnout 10 % ze základu daně, pokud úhrnná hodnota darů přesáhne 2 % ze základu daně nebo činí alespoň 1 000 Kč.

Poněkud nedostatečným se jeví zákon o veřejných sbírkách, při jehož tvorbě zákonodárce nepředpokládal takové masivní využití, k jakému reálně došlo. Celý systém má zaručit dárci transparentnost využití prostředků získaných veřejnou sbírkou pod dohledem státních úředníků. Neziskové organizace musejí sice dokládat vynaložení financí na předem stanovený účel, ale předmětem kontroly už není hospodárnost ani efektivita. S pořádáním veřejné sbírky je spojena poměrně složitá a náročná administrativa, a protože dohled provádí jednotlivé krajské úřady, i přístup a požadavky ze strany úředníků se v různých regionech liší.

Mezi pracovníky organizací i mezi právníky existují rozdílné názory, které metody fundraisingu (způsoby filantropie) spadají do režimu veřejné sbírky a které ne.

2.5 Bariéry bránící rozvoji filantropie

Přestože filantropie v ČR je oproti ostatním postkomunistickým zemím daleko silnější, existuje ještě celá řada bariér, které brání jejímu dalšímu rozvoji. Je především důležité, aby bylo splněno několik základních podmínek k jejímu rozvoji. Je to existence dostatečně velkého počtu ekonomicky silných subjektů, ale samotné produkování zisku ještě neznamená jeho poskytnutí na dobročinné účely. Navíc darování peněz je jednou z řady forem filantropie.

2.5.1 Motivace a výchova k filantropii

Je to existence dostatečně velkého počtu ekonomicky silných subjektů, ale samotné produkování zisku ještě neznamená jeho poskytnutí na dobročinné účely. Navíc darování peněz je jen jednou z řady forem filantropie.

Důležitá je především výchova k filantropii v nejširším slova smyslu. Svou roli zde hraje jak vzdělávání, tak samotná činnost neziskových organizací, které musejí především správně motivovat a kultivovat veřejnost k dárcovství.

Je důležité informovat veřejnost o problémech, které neziskové organizace řeší, a emočně je zaujmout pro jednotlivá témata, získat sympatie a následně i podporu; k tomu musí neziskové organizace rozvíjet své PR a také fundraising. Celá řada neziskových organizací se potýká s nedostatkem lidských i finančních zdrojů a bojí se právě do této sféry své činnosti investovat.

Dalším důvodem je také nedostatek kvalifikovaných a zkušených odborníků v oblasti fundraisingu, které by organizace mohly zaměstnat.

2.5.2 Právní prostředí

V ČR existuje pouze úzká a početně omezená skupina specialistů na legislativu neziskových organizací. Právní i daňové poradenství je dostupné v hlavním městě a některých krajských městech. Na nižších regionálních úrovních je obtížně dosažitelná. V ČR existuje nedostatek odborníků na připomínkování vznikajících zákonů. Příčinou je fakt, že zákony a právní normy odborníci z řad neziskových organizací připomínají

ve volném čase a zdarma. Neexistuje profesionální platforma pro připomínkování legislativy. (www.neziskovky.cz)

Především oblast filantropie není legislativně dostatečně ošetřena. Neziskové organizace vymýšlejí v oblasti filantropie různé zajímavé aktivity, jak zaujmout veřejnost a získat podporu pro svou činnost. Často jsou ovšem tyto aktivity svým charakterem a provedením těžko uchopitelné a regulovatelné současnou legislativou. Neziskové organizace tak těžko hledají mantinely a právní jistotu pro oblast fundraisingu.

Typickým příkladem jsou dobročinné aukce, které jsou poměrně oblíbenou společenskou a také přínosnou akcí. Nedějí se, na rozdíl od ostatních dražeb, dle zákona o veřejných dražbách, ale neexistuje pro ně doposud ani žádná jiná alternativní právní norma. Toto určité právní vakuum přináší pro různé podobné aktivity velkou nejistotu a mnohé organizace se jim raději vyhýbají.

Přestože je práce neziskových organizací hodnocena veskrze kladně i vládou a centrálními orgány, nelze z jejich strany rozhodně hovořit o podpoře rozvoje neziskového sektoru. (www.neziskovky.cz)

2.5.3 Bankovní poplatky

Další oblastí, která veřejnost odrazuje především od finanční formy filantropie, je výše bankovních poplatků, poštovního apod. Banky sice ročně věnují na různé dobročinné účely nemalé finanční prostředky, některé založily dokonce vlastní nadace, ale stále se nedaří přesvědčit banky či Českou poštu, aby poskytovaly neziskovým organizacím levnější služby.

Cílem většiny neziskových organizací je získat co nejvíce tzv. pravidelných dárců, kteří si zřídí na svém účtu trvalý příkaz k úhradě a převádějí pak měsíčně či třeba čtvrtletně jistou částku na účet organizace, kterou si vybrali a chtějí ji dlouhodobě podporovat.

Pro organizace taková podpora představuje jistý každoměsíční příjem na financování své činnosti. Ovšem v reálu to znamená, že jak organizace, tak dárci zaplatí za každou platbu poplatek bance. Dárci za účetní operaci a příjemce za příchozí platbu. Organizace bankám na poplatcích ročně odvádí nemalé finanční prostředky.

U dárců, kteří z různých důvodů nedisponují peněžním účtem a zasílají své finanční příspěvky složenkou, jsou poplatky také demotivujícím prvkem.

Velké náklady neziskovým organizacím při práci s dárci přináší také ceny poštovního. Dle zásad fundraisingu má organizace co nejdříve za každý dar dárci poděkovat. Na konci zdaňovacího období zasílají organizace svým dárcům také potvrzení o přijatých darech pro jejich úlevu na dani. Všechna tato korespondence přináší ovšem organizacím při současných cenách poštovního zvýšené náklady.

Jedině tímto servisem si neziskové organizace udrží své dárcce a mohou tak dále rozvíjet jejich filantropické aktivity.

Aby získaly neziskové organizace silnější pozici pro vyjednávání s výše uvedenými institucemi, sjednotily se a vytvořily Koalici za snadné dárcovství, která jedná jménem všech svých členů s bankami a podobnými institucemi.

Praktická část

1 Motivace dnešních filantropů

Budeme-li vycházet z teoretických poznatků o příčinách lidského altruismu u dnešních filantropů, najdeme jistě celou škálu konkrétních motivací vedoucích k jejich filantropickým aktivitám.

V rovině teoretické pomineme-li altruismus příbuzenský, o který v našem případě nejde, zůstává nám jako obecná motivace altruismus reciproční. Tedy určité očekávání dárce splátky ze strany obdarovaného za svůj dar.

Vezmeme-li ale v úvahu, že velká část české populace přispívá především anonymně prostřednictvím veřejných sbírek, ať už se jedná o příspěvek do kasičky, či zaslání DMS, poukazuje to na nízkou míru reciproční motivace dobročinnosti. V těchto případech se jedná zřejmě o projev empatií, dalším motivem může být i snaha uklidnit své svědomí.

Anonymní dárcovství má ovšem jeden negativní faktor: dárci, kteří poskytli svůj peněžní dar anonymním způsobem a nezískali žádnou morální satisfakci ve formě poděkování, deklarovali významné snížení ochoty v dárcovství pokračovat. (Frič a kol., 2001) Zde dochází zřejmě k situacím, kdy dárce podlehne svým emocím při televizním spotu s výzvou k pomoci, sáhne po mobilním telefonu, zašle DMS, čímž své emoce uklidní, ale anonymitou daru se vyhne možnosti, aby jej organizace znovu oslovila s prosbou o pomoc, i když se nejedná o krizovou situaci.

Velkou štedrost české veřejnosti lze vysvětlit snad i přístupem médií, která při různých živelných pohromách přinášejí velmi sugestivní a dramatické obrazové zprávy vyvolávající silné emoce, vedoucí ke snaze situaci změnit a podílet se na eliminaci důsledků katastrofy.

Dle psychologa Slavomila Hubálka může spontánní dobročinnost Čechů v pomoci lidem postiženým živelnými katastrofami souviset i s jejich ateismem. *Určitě stojí za zvážení, zda si nedostatek víry právě tímhle nekompenzujeme.* (Hubálek in Gazdík, Wallerová - MF Dnes, 20.1.2010, s. A3)

Podle faktorové analýzy Nadace rozvoje občanské společnosti a Agentury neziskového sektoru rozhodování dárců ovlivňují čtyři základní faktory:

1. Vliv lidí v nejbližším okolí
2. Obecně morální imperativy
3. Vliv médií
4. Atraktivnost dobročinné akce

(Frič a kol., 2001, s. 57)

Poměrně silným motivem, i když ne tak častým, je osobní zkušenost s problematikou. Tuto motivaci lze spatřovat třeba u známých osobností, které se pod vlivem nějaké vlastní osobní tragédie, nebo svých blízkých přátel a známých začali věnovat charitativní činnosti např. založením nadace. Motivací může být i téma, u kterého má dárcce pocit, že by se ho mohlo někdy bytostně dotknout, jako je třeba péče o seniory.

Znalost motivace dárců je důležitým faktorem pro neziskové organizace, které by měly na základě těchto informací utvářet své fundraisingové strategie. Aby byla jejich žádost úspěšná, musí dárcce oslovit a zaujmout.

1.1 Rozdíl v motivaci právnických a fyzických osob

I když určité rozdíly v motivaci právnických a fyzických osob k dobročinnosti shledáváme, je dobré především pro neziskové organizace uvědomit si, že i ve firmě, v nadaci je to konkrétní člověk, který se zabývá jejich žádostmi. I tito lidé jsou kromě jiných faktorů ovlivňováni svými emocemi, životními zkušenostmi, blízkým okolím. U firem ve vlastnictví pouze jednoho majitele, který o dobročinnosti své firmy rozhoduje sám, se de facto z pohledu motivace dá hovořit i jako o individuálním dárci, jen finanční prostředky daruje majitel ze zisku firmy.

Co může individuální dárcce získat svým filantropickým chováním:

- poděkování a ocenění, tedy morální satisfakci
- vědomí, že organizace svou činností za jeho peníze řeší problémy, které dárcce samotného zajímají a trápí - podíl na poslání organizace
- dar si může odečíst z daňového základu

- zveřejněním jména dárce získává společenské uznání a prestiž
- dobrý pocit

Firemní filantropie, nebo také společenská odpovědnost firem, anglicky corporate social responsibility (CSR) je koncepce, která zdůrazňuje odpovědnost firmy za prostředí, ve kterém pracuje a se kterým přichází do kontaktu. To totiž může být pro úspěch či neúspěch firmy klíčové. Na rozdíl od individuálních dárců se u právnických osob jedná téměř vždy o altruismus reciproční.

Očekávání, která mohou mít firmy ze své filantropie:

- reklama, publicita, image
- nové zakázky, prodej, noví klienti
- daňové úlevy
- uspokojení ředitele, koníček, má s problémem zkušenost
- mají volné finance a chtějí zkusit něco nového, je to módní
- nemají čas, ale činnost rádi podpoří
- osobní známost
- vliv prostředí, patriotismus, tradice
- zapůjčení prostor pro firmu, lepší morálka zaměstnanců, nové mozky, poskytnutí školitelů, požitky pro děti zaměstnanců, účast na akci organizace

Větší firmy mívají na základě těchto očekávání již zpracovanou svoji dárcovskou strategii, která je součástí jejich marketingové politiky a koncepce. Zaměřují se například na podporu určité sféry (ekologie, kultura, vzdělávání), nebo se snaží pomáhat v regionu své působnosti.

1.2 Význam pohlaví, věku a vzdělání

Jedním z cílů této práce je zjistit motivaci současného českého člověka pro jeho filantropické chování a ochotu nějakým způsobem podporovat činnost neziskových organizací, jeho preference způsobu pomoci, to vše s ohledem na pohlaví, věk a vzdělání.

Za tímto účelem jsem vytvořila vlastní dotazník¹, ve kterém jsem se snažila zjistit všechny výše uvedené faktory. Podařilo se mi získat celkem 212 respondentů, z nichž téměř dvojnásobně převažují ženy. Důvodem je fakt, že mě část mužů odkazovala na své protějšky s konstatováním, že to u nich řeší manželka. Zdá se tedy, že filantropie je u části populace záležitostí více rodinnou, než jednotlivců. Takové zjištění mě přivádí k myšlence, že řeší-li rodina otázky dárcovství společně, jedná se o významný výchovný prvek.

Ke zpracování získaných dat a informací jsem použila databázový program MS ACCESS, kam jsem jednotlivé dotazníky zapisovala a konečné výstupy jsem zpracovala vytvořením kontingenčních tabulek vždy podle jednoho sledovaného faktoru.

1.2.1 Dárcovství u šetřené skupiny

Prvním zjištěním bylo, že z celkového počtu 212 dotázaných osob nikdy nepřispělo 20, což představuje skoro 9,5 %. Daleko více nedárců se objevuje u mužů, kde se podíl vyšplhal na téměř 17 %, zatímco u žen je mírně nad 5 %, jak uvádí tabulka 1.

Pohlaví	Přispěl	Celkem	Procent
muž	ne	13	16,88%
	ano	64	83,12%
celkem z muž		77	100,00%
žena	ne	7	5,19%
	ano	128	94,81%
celkem z žena		135	100,00%
celkový součet		212	
celkem	ne	20	9,43%

Tabulka 1

¹ Dotazník je součástí příloh bakalářské práce

Z tabulky vyplývá, že alespoň jednou v životě přispělo na dobročinné účely 91,5 % Čechů z dotázaných. Vzhledem k poměrně krátké novodobé filantropii v ČR lze konstatovat, že se jedná o pozitivní výsledek, jehož příčiny mohou být různé. Obnova násilně přerušovaných tradic bývá často provázena velkým a silným znovuoobením. Historie českého národa je provázena mnoha utrpeními, nadvládami a pohnutými obdobími, která snad mohou být také příčinou silné solidarity s ohroženými, či postiženými lidmi. Možná také náhle nabytá svoboda a pocit možné participace na věcech veřejných způsobil rozmach angažovanosti a filantropie.

Rozhodně však takový výsledek ukazuje, že ochota českého člověka k filantropii je vysoká, jen je třeba ji výchovou posilovat. Je také na neziskových organizacích, aby aktivně poskytly příležitost a prostor veřejnosti k dárcovství. Rozdíl v přístupu mužů a žen je dán silnější schopností empatie žen, jejich přirozené potřebě poskytovat péči.

1.2.2 Vliv pohlaví na motivaci dárců

Abych zjistila, jaká je motivace českých individuálních dárců, nabídla jsem respondentům několik důvodů, proč darovat peníze, ze kterých si měli vybrat ten nejsilnější.

- a) *Je třeba pomáhat řešit citlivé společenské problémy*
- b) *I já někdy můžu být v situaci, kdy budu potřebovat pomoc (například budu senior)*
- c) *Osobní zkušenost v rodině, nebo okruhu blízkých přátel (například nemoc, postižení apod.)*
- d) *Nejsou mi lhostejné problémy druhých lidí (empatie)*
- e) *Blízký vztah k tématu, kterým se mnou podporovaná organizace zabývá a který řeší*
- f) *Mám z toho dobrý pocit*

Jak se liší motivace u mužů a žen zobrazuje tabulka 2. Nejsilnějším motivem u obou pohlaví je shodně empatie, kterou uvádí téměř shodně: mužů 38,96 % a 39,26 % žen. Pro 16,30 % žen jsou důvodem k dárcovství citlivé společenské problémy, kdežto u mužů je na druhém nejpočetnějším místě skupina 16,88 % respondentů, kteří nikdy nepřispěli na dobročinné účely. Pro 15,58 % mužů je důvod pro dárcovství zájem o citlivé společenské problémy a pro 14,07 % žen je to blízké téma. Můžeme říci, že české populaci je vlastní prosociální chování, jestliže velké procento respondentů

motivují k dárcovství společenské problémy, které takto chtějí řešit. Dále 11,69 % mužů myslí na možnou vlastní potřebu pomoci, což je dáno jejich více pragmatickým přístupem k životu a také silnějším individualistickým zaměřením. Zhruba stejně velká skupina žen - 11,11 %, má z darování a pomoci dobrý pocit, který je motivací pro 5,19 % mužů. Naopak 5,19 % žen darovalo na základě osobní zkušenosti s tématem. Nejméně mužů – 3,90 % uvádí jako příčinu svého dárcovství blízké téma. Z dotázaných žen jich 5,19 % nenašlo žádný důvod pro projev dobročinnosti.

<i>Pohlaví</i>	<i>Motivace</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
muž	empatie	30	38,96%
	0	13	16,88%
	citlivé společenské problémy	12	15,58%
	budu potřebovat pomoc	9	11,69%
	osobní zkušenost	6	7,79%
	dobrý pocit	4	5,19%
	blízké téma	3	3,90%
<i>celkem z muž</i>		77	100,00%
žena	empatie	53	39,26%
	citlivé společenské problémy	22	16,30%
	blízké téma	19	14,07%
	dobrý pocit	15	11,11%
	budu potřebovat pomoc	12	8,89%
	osobní zkušenost	7	5,19%
	0	7	5,19%
<i>celkem z žena</i>		135	100,00%
<i>celkový součet</i>		212	

Tabulka 2

1.2.3 Vliv věku na motivaci dárců

Zda se vedle pohlaví v motivaci k dárcovství projevuje i nějakým způsobem věk, jestli existuje významný rozdíl v motivaci různých věkových skupin, zobrazuje tabulka 3. U všech věkových kategorií je opět výrazně nejsilnější motivací empatie dárce s cílovou skupinou – u všech věkových skupin je empatie nejsilnější pro zhruba 40 % respondentů. Další nabídnuté možnosti, se u jednotlivých věkových kategorií naprosto liší a rozcházejí.

Věk	Motivace	Celkem	Procent
18-30	empatie	26	41,94%
	budu potřebovat pomoc	10	16,13%
	0	8	12,90%
	citlivé společenské problémy	8	12,90%
	blízké téma	5	8,06%
	osobní zkušenost	3	4,84%
	dobry pocit	2	3,23%
<i>Celkem z 18-30</i>		62	100,00%
31-45	empatie	25	38,46%
	citlivé společenské problémy	15	23,08%
	budu potřebovat pomoc	11	16,92%
	dobry pocit	7	10,77%
	blízké téma	5	7,69%
	0	2	3,08%
	osobní zkušenost		
<i>Celkem z 31-45</i>		65	100,00%
46-60	empatie	19	36,54%
	blízké téma	10	19,23%
	citlivé společenské problémy	9	17,31%
	osobní zkušenost	6	11,54%
	dobry pocit	5	9,62%
	0	3	5,77%
	budu potřebovat pomoc		
<i>Celkem z 46-60</i>		52	100,00%
více než 60	empatie	13	39,39%
	0	7	21,21%
	dobry pocit	5	15,15%
	osobní zkušenost	4	12,12%
	blízké téma	2	6,06%
	citlivé společenské problémy	2	6,06%
	budu potřebovat pomoc		
<i>Celkem z více než 60</i>		33	100,00%
<i>Celkový součet</i>		212	

Tabulka 3

Za zamyšlení stojí výsledky u varianty „*i já někdy můžu být v situaci, kdy budu potřebovat pomoc*“. Tady obě vyšší věkové kategorie (od 46 let výše) překvapivě tuto možnost neoznačily ani jednou, naopak v nejmladší věkové kategorii mezi 18 – 30 lety ji uvádí jako motivaci 16,13 % a dokonce 16,92 % respondentů ve věku 31 – 45 let. Vysvětlují si to tím, že starší lidé už mají jednak reálnou představu o svém zralém věku, leccos v životě překonali a věří, že to tak bude i nadále, a zároveň si vzhledem k blízcímu se seniorskému věku možná neradi otázku závislosti připouštějí. Oproti tomu mladší lidé před sebou vidí dlouhý a bohatý život, který může přinést různé problémy a překážky.

Citlivé společenské problémy nejvíce trápí a motivují k dárcovství věkovou skupinu mezi 31 – 45 lety, možná z důvodu, že právě vychovávají své potomstvo a chtějí jej uvést do harmonické společnosti, ji uvedlo 23,08 %. Lidé ve věku 46 – 60 let uvedli citlivé společenské problémy v 17,31 %, mladí lidé v 12,90 % a osoby nad 60 let trápí toto téma jen v 6,06 %.

Žádný z respondentů věkové kategorie 31-45 let neuvedl jako důvod svého dárcovství osobní zkušenost, která není významná u žádné kategorie.

Blízké téma je nejsilnější motivací pro 19,23 % respondentů ve věku 46 – 60 let, u ostatních kategorií se pohybuje mezi 6 – 8 %.

1.2.4 Vliv vzdělání na motivaci dárců

Dalším faktorem, jehož vliv na motivaci dárce jsem chtěla ověřit, je úroveň vzdělání. Opět jsem respondenty rozdělila do několika kategorií dle vzdělání a tabulka 4 obsahuje informace o významu jednotlivých motivací na základě dosaženého vzdělání dárce.

Znovu se objevuje jako velmi silná motivace dárce empatie, tentokrát ovšem s jednou výjimkou. Nejsilnější motivací je empatie u osob se SŠ vzděláním ve 46,24 %, u vyučených ve 40,47 % případů a u VŠ vzdělaných lidí ve 28,33 %. Kategorie respondentů se základním vzděláním uvádí empatii až na posledním místě, ale vzhledem k tomu, že celkový počet respondentů z této kategorie je velmi nízký, nelze výsledek u základního vzdělání považovat za relevantní. Vysvětlují si to tím, že lidé s VŠ vzděláním jsou většinou více pragmaticky orientovaní a vzhledem k větší informovanosti o různých problematikách nepodléhají tolik emocím. Zajímavé je u kategorie vysokoškoláků i rozprostření ostatních druhů motivací, které je velmi

vyrovnané: tři stejně velké skupiny – 18,33 % uvádí motivace jako je dobrý pocit, blízké téma a citlivé společenské problémy.

<i>Vzdělání</i>	<i>Motivace</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
vysokoškolské	empatie	17	28,33%
	dobrý pocit	11	18,33%
	blízké téma	11	18,33%
	citlivé společenské problémy	11	18,33%
	0	5	8,33%
	osobní zkušenost	3	5,00%
	budu potřebovat pomoc	2	3,33%
<i>celkem z vysokoškolské</i>		60	100,00%
střední s maturitou	empatie	43	46,24%
	citlivé společenské problémy	17	18,28%
	budu potřebovat pomoc	11	11,83%
	blízké téma	8	8,60%
	0	7	7,53%
	dobrý pocit	5	5,38%
	osobní zkušenost	2	2,15%
<i>celkem z střední s maturitou</i>		93	100,00%
vyučen	empatie	22	40,74%
	osobní zkušenost	8	14,81%
	budu potřebovat pomoc	8	14,81%
	0	6	11,11%
	citlivé společenské problémy	6	11,11%
	dobrý pocit	3	5,56%
	blízké téma	1	1,85%
<i>celkem z vyučen</i>		54	100,00%
základní	0	2	40,00%
	blízké téma	2	40,00%
	empatie	1	20,00%
<i>celkem z základní</i>		5	100,00%
<i>celkový součet</i>		212	

Tabulka 4

Osobní zkušenost z VŠ uvádí jako motivaci 5 % osob a kalkul s možnou potřebou pomoci motivuje jen 3,33 %. Důvodem neočekávání životních problémů může být jejich dosavadní úspěch v životě – dosažené vzdělání a vyšší sebedůvěra, i když na

druhé straně bych očekávala, že vzdělaný člověk si bude reálně vědom různých životních rizik a hrozeb.

Lidé se SŠ vzděláním jsou v 18,28 % motivováni řešením citlivých společenských problémů, dalších 11,83 % daruje peníze proto, že by sami někdy mohli potřebovat pomoc, 8,6 % osloví blízké téma, 5,38 % má z dobročinnosti především dobrý pocit a 2,15 % osob se SŠ vzděláním jako motivaci uvádí osobní zkušenost s podpořeným tématem.

1.2.5 Priorita cílové skupiny

Ve svém dotazníku jsem kromě výše uvedených dotazů položila respondentům další otázky. Ptala jsem se jaké aktivity, ev. jakou cílovou skupinu dotázaní nejspíše podpoří. Výsledek, který obsahuje tabulka 5, není nijak překvapivý, neboť lidé z neziskového sektoru již dobře ví, že lidé s postižením a opuštěné děti jsou pro FR „nejlepší“ cílovou skupinou. Výsledky mého šetření tuto obecnou teorii potvrzují. Celkem 23,58 % lidí vidí jako nejpotřebnější pomáhat lidem s postižením a 21,7 % by podpořilo péči o opuštěné děti. Jen o málo menší skupina – 19,34 % soucítí s lidmi postiženými přírodními katastrofami. Tyto priority vycházejí právě ze silné empatické motivace, která se ukázala v předchozích tabulkách. Lidé většinou nemají problém pomáhat těm, kteří dle jejich mínění za svůj stav nemohou a které považují za oběti osudu, přírody apod.

S poměrně velkým odstupem je skupina dárců – 7,08 %, kteří podporují péči o seniory. Tento ukazatel se vzhledem k vývoji populační křivky ukazuje dle mého názoru jako varovný signál. Již nyní čelí naše společnost vážnému problému péče o seniory. Vzhledem ke stále se prodlužujícímu věku roste i počet osob neschopných sebeobsluhy a vyžadujících určitý stupeň péče, kterou bohužel jsou jejich rodiny stále méně schopné, či ochotné osobně zajistit. Státem zřizované velkokapacitní, neosobní ústavy jsou alespoň pro mne děsivou možností poslední životní etapy. Neziskové organizace často nabízejí naprosto odlišný, především důstojný a lidský způsob péče o seniory, který je přijatelnější variantou, ovšem dražší. Proto je třeba si uvědomit, že péče o seniory potřebuje výraznější a větší podporu. Pouze 5,66 % dotázaných upřednostní ve své podpoře ekologické aktivity, což svědčí o tom, že lidé nepocítují vážnost těchto témat. Často jsou slyšet i různé kritiky a výtky směrem k ekologickým hnutím a organizacím a argument, já třídím odpad a chovám se ekologicky a to stačí.

Příliš soucitu u české populace nenajdou ani lidé sociálně vyloučení, které podpoří jen 5,19 %, protože jsou vnímáni jako ti, kterým se nechce pracovat. Podobné je to i u podpory chudinských zemí, které jsou možná příliš vzdálené na to, aby nás jejich problémy trápily, navíc když máme svých problémů dost. V období globalizace je ale třeba řešit problémy právě globálně, nejen proto, že mohou jejich důsledky nakonec zasáhnout i nás. Také zvířecí útulky se nedočkají velké podpory – 1,89 %, ale ještě hůře jsou na tom uprchlíci, kterým by pomoc poskytlo 1,42 % respondentů. Veřejnost má pro ně pochopení jen zčásti, pokud nám neberou práci a nedělají problémy.

<i>Priorita</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
péči o lidi s postižením	50	23,58%
opuštěné děti	46	21,70%
pomoc lidem postiženým přírodními katastrofami	41	19,34%
0	20	9,43%
péči o seniory	15	7,08%
ekologické aktivity	12	5,66%
pomoc lidem sociálně vyloučeným	11	5,19%
pomoc chudinským zemím	10	4,72%
zvířecí útulky	4	1,89%
pomoc uprchlíkům	3	1,42%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Tabulka 5

1.2.6 Výše ročního příspěvku na dobročinné účely

V otázce výše finanční částky, kterou jsou lidé ochotni ročně věnovat na dobročinné účely, jsem poskytla v dotazníku na výběr z 5 možností. Jak respondenti odpovídali na tento dotaz, zobrazuje tabulka č. 6.

<i>Částka</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
301 - 500 Kč	49	23,11%
do 300 Kč	47	22,17%
501 - 1 000 Kč	45	21,23%
1 001 - 5 000 Kč	39	18,40%
0	20	9,43%
více než 5 000 Kč	12	5,66%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Tabulka 6

Nejčastěji, ve 23,11 % jsou respondenti ochotni poskytnout částku v rozmezí 301 – 500 Kč. Celkem 22,17 % je ochotných věnovat do 300 Kč ročně, poměrně velká část dotázaných – 21,23 % přispěje částkou od 501 – 1 000 Kč. Částku mezi 1 000 - 5 000 Kč věnuje 18,4 %, což považuji za velmi přívětivý výsledek. Nad 5 000 Kč je připraveno darovat 12 z 212 dotázaných lidí, což je 5,66 %. Sečteme-li poslední tři údaje v tabulce, zjistíme, že 33,49 % respondentů je ochotno věnovat na dobročinnost více než 1 000 Kč ročně, což je velmi pozitivní zpráva pro neziskový sektor. Zdá se, že se ani nenaplňují obavy z dopadů ekonomické recese na filantropii, které sebou přinášely i skepsi do některých neziskových organizací.

1.2.7 První podnět dárce pro jeho podporu

K tomu, aby se člověk rozhodl poskytnout nějakou finanční podporu neziskové organizaci, nestačí jen jeho motivace, ale je třeba také nějakého podnětu, který ho přiměje k darování. Zeptala jsem se tedy respondentů, co u nich vyvolalo akt dárcovství. Poskytla jsem k výběru pět nejčastějších způsobů oslovení.

<i>První podnět</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
adresné oslovení	53	25,00%
vlastní iniciativa	43	20,28%
veřejná sbírka	40	18,87%
celovečerní program v tv	34	16,04%
doporučení	22	10,38%
0	20	9,43%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Tabulka 7

Tabulka 7 ukazuje jak významné je adresné oslovení potenciálního dárce, neboť podle výsledku mého šetření je nejsilnějším podnětem u 25 % respondentů. Tento výsledek potvrzuje i teorii fundraisingu, která osobní oslovení, resp. personifikovaný dopis považuje za nejúčinnější metodu. Překvapením je druhé místo vlastní iniciativy, kterou vyvinulo 20,28 % lidí a která je dokonce čtenější než oslovení veřejnou sbírkou – 18,87 %. Velkou sílu mají celovečerní benefiční programy v televizním vysílání, na které reaguje dle výsledku šetření 16,04 % osob. Tuto metodu mohou ovšem využívat pouze některé organizace, převážně s celorepublikovou působností, které zaštití a

pomůže s organizací např. nějaká významná osobnost. Na doporučení podpořit nějakou organizaci reagovalo 9,43 %.

1.2.8 Další zjištění

Z dotazníkového šetření dále vyplynulo, že dárci nečastěji podporují opakovaně a to ve 35,38 % případů, jednorázové podpoře dává přednost 29,25 % dotázaných, každý rok na dobročinné účely přispívá 15,09 % a pravidelnou podporu nějaké organizaci poskytuje 10,85 %, což je poměrně vysoké číslo. V součtu celkem 61,32 % dotázaných je ochotno darovat určitou částku více než jednorázově, a to je velmi povzbudivé pro rozvoj dárcovství v ČR.

Naprostá většina dotázaných – 53,77 % bude při opakované podpoře pomáhat raději stále stejné organizaci. Dělit svou pomoc mezi různé organizace chce 36,79 %.

Většina dárců – 44,51 % upřednostňuje poskytnutí daru převodem mezi účty, což je dáno pohodlností operace, kterou lze uskutečnit téměř kdykoliv v pohodlí domova. Anonymní, jednoduchý a nenákladný způsob prostřednictvím DMS volí 32,11 % respondentů. Jiným způsobem do veřejné sbírky přispívá 15,57 % osob a platbu složenkou využívá 10,38 %.

Teorii, že člověk za svůj dar očekává alespoň vděčnost, potvrzují odpovědi na otázku, jak dárci vnímají poděkování od organizace. Poděkování za dar potěší a motivuje k dalším darům 44,81 % z nich, vedle toho 15,57 % dárců považuje takové poděkování za plýtvání financemi a 30,19 % nemá vlastní názor na toto téma. Pro organizace je především důležité zjistit, jak jejich jednotliví dárci vnímají poděkování a respektovat jejich postoj. Těm, kteří poděkování nechtějí, jej nezasílat, aby nepoškodily vzájemný vztah a ty ostatní svou vděčností motivovat k další podpoře.

Absolutní většina dárců – 75,94 % preferuje poskytování finanční pomoci před věcnými dary, které by raději poskytlo 10,38 % dotázaných. Pouze 4,25 % je ochotno pracovat dobrovolnický. Pro lidi je zřejmě jednodušší obětovat jistou finanční částku, než pracovat zdarma, je tedy třeba se zaměřit více na rozvoj a podporu dobrovolnictví.

Mají-li si dárci vybrat mezi podporou nadace, nebo konkrétní organizace, preferuje podporu konkrétní organizaci 70,28 % před podporou nadace – 20,28 %. Dárci za svůj dar mnohem raději vidí konkrétní činnost a práci a celá řada nadací prostředky pouze dál přerozděluje, což je někdy vnímáno negativně jako zbytečně nákladná administrace.

Za vyvrcholení dlouholetého vztahu mezi dárcem a organizací je považován odkaz části majetku, či finanční částky v závěti ve prospěch organizace. Naprostou většinu – 43,87 % respondentů tato možnost nikdy nenapadla, nebo o ní spíše neslyšely, ochotno přistoupit na tuto možnost by bylo 25,47 % a negativně se k ní staví 21,23 %. Nutno podotknout, že i pro organizace je to téma velmi citlivé, se kterým neumějí pracovat. Výsledek je tedy u odpovědi ano, překvapivě vysoký.

Možnost odpočtu darů z daňového základu uplatňuje podstatně méně dárců, než bylo moje očekávání – 26,89 %. Vysvětlením ale bude, že jim to neumožňuje výše jejich roční částky věnované na dobročinné účely, která musí činit min. 1 000 Kč. Tuto možno tedy nevyužívá 54,82 % dárců a 7,55 % o této možnosti ani neví.

Respondenti, kteří dosud nikdy nepřispěli na dobročinné účely, uvádějí nejčastěji jako důvod, že sami mají málo finančních prostředků, případně nedůvěřují neziskovým organizacím. Zajímavý je výsledek u preferencí cílových skupin, které by eventuelně byli ochotni podpořit. Jsou to především lidé postižení přírodními katastrofami, uprchlíci a ekologické aktivity, které by podpořili především finančně, ale i hmotná pomoc u nich připadá v úvahu.²

1.2.9 Shrnutí

Dle dotazovaného vzorku české populace lze konstatovat, že na dobročinné účely přispělo alespoň jednou v životě 9 osob z 10. Je to pro mě osobně překvapivě vysoké číslo, které si vysvětluji především možností darovat relativně nízké částky jednoduchým způsobem – do veřejných sbírek, především prostřednictvím dárcovských SMS. Takový systém ovšem poněkud popírá jednu ze základních tezí fundraisingu, že nejde jen o získání jednorázové finanční podpory, ale především o vytvoření dlouhodobého vztahu mezi organizací a dárcem. Zajímavostí by bylo v tomto kontextu zjistit, kolik lidí si po týdnu vzpomene, jaké organizaci přispěli např. do kasičky někde v prodejně, nebo zakoupením sbírkového předmětu v ulicích města.

Dalším tématem k zamyšlení je velmi nízká ochota respondentů pomáhat v neziskové organizaci jako dobrovolník. O dobrovolnících se říká, že jsou solí organizace a moc dobře víme, jak vypadá království bez soli. Dobrovolníci přinášejí

² Tabulky s výsledky jednotlivých dotazů jsou součástí přílohy

nové nadšení a motivaci i pro zaměstnance organizace, jsou občerstvením a povzbuzením pro klienty. Směrem ven z organizace mohou být nezaujatými a angažovanými velvyslanci, kteří pomáhají utvářet veřejné mínění a pohled na činnost a smysluplnost organizace a její činnost. Bohužel lidé raději obětují nějakou finanční částku, než by ztráceli čas prací pro někoho jiného. Možná zde hraje roli i strach z toho, že by problematika, kterou se snaží nezisková organizace řešit, dobrovolníka příliš zasáhla.

Velkou roli ve vývoji filantropie a především přístupu české veřejnosti k dobročinnosti může sehrát sociální pedagogika, která má vedle jiných cílů vychovávat k sociálnímu citění, empatii a také altruismu. Je třeba začít již v dětském věku především ve školách a jiných výchovných institucích, těžko lze očekávat výchovu ze strany rodičů k něčemu, co jim samotným není vlastní.

U menších dětí je možné začít s angažovaností nejlépe v oblasti ekologie pomáháním s úklidem veřejných prostranství. Žáky středních škol je možné seznámit s problematikou jiných oblastí, jako jsou sociální služby. Školy mohou s organizacemi navazovat partnerství a spolupráci, v rámci níž studenti budou třeba docházet do organizace, předčítat klientům, psát jim dopisy apod.

Důležité je vychovávat z mladé generace především vnímavé a citlivé osobnosti, kterým nebudou lhostejné osudy a problémy druhých lidí a bude jim vlastní snaha o nápravu věcí, budou mít vysokou osobní odpovědnost za stav a chod společnosti, toleranci ke všem skupinám obyvatelstva.

Výchova a vedení populace k filantropii je i jedním z cílů výchovy sociální pedagogiky, která zdůrazňuje společenské potřeby, orientuje se na spolupráci a altruistické jednání. (Kraus, 2008, s. 40)

2 Fundraising – FR

2.1 Definice, vývoj, stav FR v ČR

Současná filantropie odehrávající se institucionalizovanou formou jako každá masová a institucionalizovaná činnost potřebuje určitý řád a pravidla a také její rozvoj je možný jen na základě systematického přístupu. Proto se postupně vyvinula v prostředí neziskové sféry disciplína s názvem fundraising, který využívá právě filantropického chování k získávání podpory pro činnost neziskových organizací.

2.1.1 Definice fundraisingu (FR)

Termín fundraising je v běžné populaci znám ještě méně než termín filantropie, ale bohužel se zatím nepodařilo najít jednoslovný vhodný český ekvivalent, který by především vystihoval obsah tohoto oboru. Pokud bychom vyšli z překladu, lze jej vysvětlit jako **vybírání, získávání peněz, či zdrojů**. Někdy se říká, že fundraising je vlastně marketing – získat potřebné prostředky znamená obrátit se na **správné lidi**, se správným fundraisingovým produktem, za **správnou cenu**, na **správném místě**, ve **správnou chvíli**, se **správnou nabídkou**. Zmíněné složky dohromady tvoří tzv. marketingový mix.

Fundraising je obor managementu, který se zabývá **zajišťováním zdrojů** pro činnost nevládních neziskových organizací. Jeho potřebnost vznikla tím, že naprostá většina klientů neziskových organizací nebyla a není schopna pokrýt 100 % nákladů spojených se službami, které jim tyto organizace poskytují.

V českých podmínkách se začíná uplatňovat FR po roce 1990 s nástupem a rozmachem činnosti neziskových organizací. Některé oblasti neziskové sféry jako např. poskytování sociálních služeb jsou sice financovány formou dotací poskytovaných státní správou, ale ne v takové výši, aby byly pokryty veškeré náklady. Neziskové organizace se potom fundraisingem snaží zbývajících část finančních prostředků získat ze soukromých zdrojů firem, nadací a také od veřejnosti.

V tomto kontextu můžeme FR označit jako **cílenou, systematickou, kontinuální aktivitu zaměřenou především na vyhledávání dárců a získávání finančních i jiných prostředků, kterou nezisková organizace vykonává na podporu své**

činnosti. V praxi to znamená prezentovat poslání organizace a přesvědčovat potenciální dárce, dobrovolníky.

Fundraising je:

- **Obor** – který zahrnuje různé metody a postupy jak získávat podporu a pomoc na činnost neziskových organizací
- **Věda** – která pojednává o tom jak přesvědčit druhé, že neziskové organizace řeší důležité problémy, že jsou potřebnou součástí společnosti a potřebují její podporu
- **Nástroj** - jehož pomocí lze druhé inspirovat k dobrým skutkům = rozvíjet filantropii
- **Proces** – prostřednictvím kterého neziskové organizace získávají zdroje pro svou činnost a rozvoj

Ze své praxe a zkušeností vnímám FR především jako záležitost **vztahů mezi organizací a veřejností**, neboť organizace prostřednictvím FR získává příznivce své činnosti a veřejnosti nabízí možnost participovat na jejím poslání. Fundraising je především o lidech - o těch, kteří žádají a těch, kteří dávají. Úspěšný FR nelze dělat bez úzkého spojení s PR organizace.

Cílem FR není získat jednorázově co nejvíc peněz, ale dlouhodobě rozvíjet zdroje pro zajištění konkrétní činnosti a naplnění poslání organizace. Dárce, který dá organizaci jednou či dvakrát, není tak zajímavý a efektivní, jako ten, kdo dává organizaci pravidelně, delší dobu a stále víc. Dlouhodobá strategie rozvoje organizace staví právě na těchto dárcích a vztazích s nimi. Vhodný „*fundrasingový argument*“ dárce naláká k tomu, aby se o organizaci a její činnost začali více zajímat. Lidé se obecně rádi cítí dobře, jsou veselí, šťastní, cítí smysl své existence a konání. Úspěšná fundraisingová strategie jim toto umožní ve spojení s podporou některé z bohubilých činností.

2.1.2 Vývoj a stav FR v ČR

V České republice stejně jako ve všech postkomunistických zemích, kde byla přerušena dárcovská tradice, nebylo nastartování FR jednoduché a dodnes je práce fundraiserů složitá. Proto celá nezisková sféra ze začátku čerpala zkušenosti ze západní Evropy, především Anglie a také USA. Prvními průkopníky FR v oblasti individuálního

dárcovství byly ekologické organizace, které si přivážely zkušenosti a know-how ze svých mateřských centrál ze zahraničí.

Bylo ovšem třeba rozšířit FR i do dalších sfér neziskového sektoru. Tuto situaci a potřebu velmi správně pochopila Nadace Via, jejíž programy jako třeba Cesta ke stabilitě, kombinovaly grantovou podporu zahraničních organizací se vzděláváním. Prostředky přicházející ze zahraničních zdrojů umožnily vzdělávání a rozjezd FR v organizacích, které se do programu přihlásily. Každá organizace přijatá do programu vypracovala vlastní projekt FR aktivit s očekávanými výstupy. Nadace Via tyto aktivity kofinancovala, souběžně organizovala pro zástupce organizací workshopy, poskytovala konzultace a právní rady. Zároveň průběžně kontrolovala realizaci projektu organizace, včetně naplňování očekávaných výstupů. Byla to skvělá příležitost pro neziskové organizace jak s FR začít.

Bohužel velká část neziskových organizací se v oblasti FR zaměřila především na zahraniční a posléze i české nadace a zdroje z EU, které poskytovaly významné prostředky především z hlediska jejich výše. Z těchto zdrojů často nerozumně financovaly svou vlastní činnost. Práce s individuálními a firemními dárci v ČR se jim jevila příliš složitá, náročná, nákladná a neefektivní. Tato strategie se z pohledu dlouhodobé udržitelnosti ukázala jako chybná, neboť zahraniční finanční podpora zemí střední a východní Evropy byla jen podporou rodící se občanské společnosti po pádu komunismu. Tak byla od počátku myšlena a měla tak být i vnímána. Podstatné bylo, že si české organizace neuvědomily, že jim velcí zahraniční dárci vlastně nabízejí čas a možnost naučit se samostatnosti. Pokud této možnosti nevyužily, dostávají se v současné době do složité situace v oblasti financování a hledají východisko ve FR., který je stále více považován za nutnost.

Rozběh FR aktivit v životní fázi organizace, kdy ztrácí významný zdroj financí je téměř nereálný, neboť FR vyžaduje zpočátku především investice a z dlouholetých zkušeností je již známo, že když organizace zaměstná fundraisera, nevydělá první rok téměř nic. Půl roku se bude seznamovat s organizací a navazovat vztahy s dárci. Druhý půlrok si dobrý fundraiser zpravidla vydělá sám na sebe, takže už na něj organizace nedoplácí, ale příjem jí nezajistí žádný. Druhý rok práce fundraiser obvykle sežene dvojnásobek a teprve třetí rok začne získávat cokoliv mezi trojnásobkem až desetinásobkem svých provozních nákladů. Najímat zaměstnance na fundraising ve chvíli, kdy musí do dvou měsíců sehnat peníze na další rok fungování organizace, jinak

se rozpadne, není právě předvídaté. Navíc je velmi pravděpodobné, že to bude zbytečné.

V posledním roce jsme svědky velkého rozmachu především v oblasti individuálního FR. Neziskové organizace se na rady lektorů a konzultantů vrhají právě na tuto oblast, která nabízí relativně velký potenciál. *Tato metoda získávání finančních prostředků patří mezi nejstabilnější metody FR a oproti firemní filantropii má tu výhodu, že ztráta jednoho či dvou dárců organizaci zpravidla nepoloží. Tato metoda přispívá ke stabilitě organizace, na druhé straně získání dostatečného množství dárců může být velmi náročné a na straně neziskové organizace vyžaduje profesionalitu, důvěryhodnost a dobré jméno, nemluvě o tak často zmiňované transparentnosti organizace.* (Hladká, 2009a)

České neziskové organizace se musí zaměřit na jednotlivce, musí Čechům vysvětlit a ukázat, jak se aktivně podílet na rozvoji české společnosti a na rozvoji místních neziskových organizací.

2.1.3 Finanční zdroje pro FR v ČR

Neziskové organizace by neměly být významně závislé na jednom, či dvou zdrojích, ale jejich klíčovou strategií je „diverzifikace“ zdrojů, rozrůznění ve všech směrech a ohledech. Zdravá organizace má své dárci mezi jednotlivci, firmami, místní správou či státem, využívá grantových příležitostí. Nespoléhá pouze na osvědčené dlouhodobé kontakty, ale neustále rozvíjí nová partnerství a hledá nové potenciální dárci. Nikdy by ale neměla zapomínat na to, že získání zdrojů není tím hlavním cílem. Zdroje jsou a vždy by měly zůstat jen pouhým prostředkem k naplnění poslání a cílů organizace.

Složení jednotlivých finančních zdrojů pro FR bývá členěno různě, zde se pokusím vyjmenovat všechny dostupné zdroje:

- Granty nadací českých i zahraničních, včetně NIF
- Programy zahraničních zastupitelstev
- Programy Evropské unie
- Dotace jednotlivých ministerstev
- Dotace krajských úřadů
- Dotace místní samosprávy
- Dary církví

- Dary dalších organizací – Rotary kluby, obchodní komory, různé asociace, další NNO
- Dary firem
- Sponzoring ze strany firem
- Dary individuálních dárců

Ať už organizace pracuje s jakýmkoliv zdroji a i když každý zdroj má svá specifika, je důležité mít vždy na paměti, že hlavním a v podstatě jediným zdrojem podpory pro neziskové organizace je člověk.

Jako individuální dárci rozhoduje, zda dá nebo nedá něco ze svého, jako člen grantové komise rozhoduje o státních, nadačních nebo firemních zdrojích. Jako manažer pak zvažuje, jaký tip podpory nejlépe poslouží jeho podniku. Fundraiser se proto zabývá zejména komunikací s lidmi – potenciálními i stávajícími dárci své organizace. Na nadace a státní instituce píše granty, manažerům dopisy a příznivce láká na nejrůznější akce. Všem pak volá, mailuje, nabízí, děkuje a chválí. Nejrůznějšími metodami se snaží dárcům zprostředkovat radost z pomáhání, umožnit, aby mohli naplňovat své sny a přání o tom, jak dobro zvítězilo nad zlem. Jako bonus pak dárcům nabízí možnost odečíst svůj dar od základu daně, pochlubit se ostatním, jaký je skvělý, nalepit zajímavé logo organizace vedle toho svého a zvýšit prestiž své firmy nebo motivovat své zaměstnance radostnou bohu libou činností. Více než o dárcích tak často organizace mluví o partnerech či příznivcích.

2.1.4 Zásady a principy fundraisingu

Aby byl FR organizace úspěšný, je třeba respektovat jeho zásady, které napovídají ve zkratce, jak úspěchu dosáhnout:

- **Fundraising není jen o penězích**, ale je o poslání organizace. Fundraiser musí dárci přesvědčit, že je dobré, užitečné a potřebné to, co jeho organizace dělá, že to dělá dobře a zainteresovat ho.
- **Fundraising je získávání příznivců a přátel**, jedná se o budování vztahů a získávání příznivců.
- **Lidé dávají lidem**, v každé firmě, nadaci i na úřadě vždy rozhoduje konkrétní člověk a i on má své lidské důvody a motivaci.

- **Nedostanete, oč nepožádáte**, nikdo nemůže znát potřeby konkrétní organizace, pokud je ona sama nevyjádří a nepožádá potenciální dárce o pomoc.
- **Fundraising je etickou disciplínou**, dodržovat sliby, respektovat přání dárce, chovat se loajálně k dárci i organizaci.
- **Vždycky říkat pravdu**, i když může být nepříjemná, je vždy nutná maximální otevřenost, transparentnost a prostor pro důvěru. Jednat vždy seriózně a upřímně.
- **Děkuji, je nejdůležitější slovo ve FR**, je třeba dát najevo vděčnost a projev uznání.
- **Fundraising a vzdělávání jdou ruku v ruce.**

Neziskové organizace si zpracovávají vlastní etický kodex FR, který nejčastěji definuje, z jakých zdrojů organizace dary nepřijímá, jak je s dary zacházeno a popisuje také proces komunikace s dárci apod.³ Např. ekologické organizace z důvodu své nezávislosti nepřijímají dary od firem, státní správy, ani politických stran. Jiné organizace odmítají například dary od výrobců alkoholu, cigaret, peníze pocházející z loterií.

Někteří fundraiseři cítí zpočátku určitý ostych, pokud mají žádat o podporu, zde platí důležité pravidlo: je třeba si uvědomit, že FR není ani žebrání, ani vydírání. Liší se od nich především tím, že dárci nabízí svobodnou možnost se rozhodnout, zda něco podpoří nebo ne. Nátlak do fundraisingu nepatří. Pozitivní, otevřená a férová komunikace s dárcem je součástí snad všech etických standardů profesionálních organizací fundraiserů. Pracovníci FR také ctí všechna **práva dárce**:

- Právo být pravdivě informován o poslání organizace
- Právo být informován o tom, jak organizace využívá svěřené prostředky
- Právo znát aktuální finanční zprávy
- Jeho dar může být použit pouze na účely, které stanovil
- Právo být informován o aktuální činnosti organizace
- Jeho osobní údaje musí být zpracovávány s největší možnou obezřetností a v souladu se zákonem

³ Etický kodex FR Diakonie ČCE – střediska BETLÉM je přiložen jako příloha č. 2

- Právo ukončit vztah s organizací a žádat o vymazání záznamu z databáze
- Má právo se na cokoli zeptat a má právo na rychlou, pravdivou a přímou odpověď

2.2 Metody FR

Neziskové organizace k získávání sympatií a podpory veřejnosti používají různé strategie a metody a chtějí-li dosáhnout dlouhodobé pomoci a významných finančních zdrojů, musí svůj FR plánovat, dělat jej systematicky a dlouhodobě.

2.2.1 Pyramida darů

Práce fundraisera začíná prací se širokou veřejností, z níž se podaří získat sympatizanty organizace, následně první dary. Pokud se dárcům dostane poděkování a informací o využití jejich darů, mohou přijít dary opakované, následně pravidelné atd. jak naznačuje **pyramida darů**.

závěť
 velké dary
 pravidelné dary
 opakované dary
 první dary
 sympatizující veřejnost
 široká veřejnost

Někdy se dárci po dlouhodobé podpoře organizace rozhodne jí odkázat např. nějakou finanční hotovost ve své závěti, případně část svého majetku.

K takovému posunu dárců ovšem potřebuje organizace databázi, která umožní jejich evidenci, evidenci všech darů, evidenci korespondence s dárci a mnoho dalších důležitých informací. Pečlivá evidence umožňuje poskytovat dárcům poděkování (aby bylo účinné, tak co nejdříve), zasílat informace o využití jejich daru a informovat o aktuálním dění v organizaci, vystavovat darovací smlouvy a potvrzení o přijetí daru pro daňové účely.

Databáze je také zdrojem dat a informací pro vyhodnocování jednotlivých metod a kampaní, zda byly úspěšné a jestli je vhodné ještě je dále využívat.

2.2.2 Bostonská matice

Každá fundraisingová metoda prochází vlastním životním cyklem, který je různě dlouhý a pro každou z nich začíná jindy. Ne všechny mají stejný význam. Souboru fundraisingových metod se říká **fundraisingové portfolio**. Když jedna metoda upadá, musí se jiná nacházet ve fázi růstu. V zájmu dlouhodobého růstu zisku by se organizace měla snažit zavádění nových metod vhodně načasovat. To je princip, z něhož spravování fundraisingového portfolio vychází -

- **Vycházející hvězdy** – zaplatí přibližně sami sebe, takže z nich žádný výnos neplyne. Doporučuje se do vycházejících hvězd výrazně investovat.
- **Dojné krávy** – představují výnos. Do dojných kráv se doporučuje investovat právě tolik, kolik je nutné, aby se z ní vytěžil maximální zisk – ne víc.
- **Problémové děti** – se ještě výnosnými nestaly, takže prozatím představují ztrátu. Snaha udělat z problémového dítěte vycházející hvězdu.
- **Mrtví psi** – peníze také nepřinášejí a je lépe je opustit.

2.2.3 Aktivity (metody) fundraisingu

Metodami FR rozumíme aktivity/akce vedoucí k získání podpory. Metody je třeba vybírat především s ohledem na cílovou skupinu, kterou chce organizace oslovit a také pro jaké téma shání podporu.

Veřejná sbírka - lze oslovit širokou veřejnost a umožnit mimo jiné i anonymní dárcovství peněz. Nejčastěji organizace používají prodej sbírkového předmětu v ulicích měst, umístění kasiček v obchodech a zaslání dárcovských SMS.

Direct mail – adresné oslovení veřejnosti se žádostí o finanční podporu. Organizace zasílá dopis se žádostí, složenkou a informačními materiály.

Osobní kontakt – využívá se při oslovování firem, klade velké nároky na vyjednávací schopnosti fundraisera.

Prodej produktů – má-li organizace například chráněné, či terapeutické dílny může prodávat své výrobky. Některé organizace prodávají také různé reklamní předměty se svým logem.

Sdílený marketing – výrobce, nebo prodejce poskytuje z prodaného zboží část zisku na dobročinné účely.

Benefice - celá řada různých akcí konaných ve prospěch neziskové organizace. Koncerty, divadelní představení, večere, aukce, festivaly, prodejní výstavy, sportovní soutěže.

Tomboly a loterie – jsou v podstatě také beneficí, ale mají přesně daná pravidla zákonem o loteriích.

Sponzoring – je oblastí, kterou některé organizace chybně nerozlišují od darování. Zásadní rozdíl je v protiplnění, které nezisková organizace poskytne dárci/sponzorovi většinou ve formě reklamy, nebo nějaké propagace. Akt daru žádné protiplnění obsahovat nemůže. Tento rozdíl je třeba akceptovat i ve smlouvě.

Členské příspěvky – členství je typické u občanských sdružení.

Direct dialog – zástupci organizace v ulicích měst oslovují chodce, představují svou organizaci, projekt, pro který žádají podporu a snaží se uzavřít smlouvu o inkasu z účtu potenciálního dárce ve prospěch účtu organizace. Velmi úspěšně tuto metodu užívají v ČR ekologické organizace.

Stejně jako většina organizací využívá jen některé zdroje FR, podobně využívá i jen některé metody. Výběr vhodné metody záleží na mnoha okolnostech. Důležitým kritériem je jakou cílovou skupinu a jak velkou chce organizace oslovit, zda jí jde jen o momentální zisk, či naopak získání trvalejších vztahů s dárci, na jaký projekt shání podporu a jaké má kapacity personální, technické i finanční.

Vždy se všechny metody a aktivity konané v rámci FR musí odehrávat v rámci platné legislativy a nesmí činit nátlak, ani emočně vydírat své adresáty. Bohužel mám někdy pocit, že právě na silně emočně laděné texty doplněné o fotografie s trpícími lidmi, se často v mailingových dopisech neziskové organizace spoléhají.

Ve své vlastní praxi používám k oslovení dárců spíše pozitivně formulované texty o tom, jak naše organizace pomáhá zlepšit situaci svých klientů a nabízíme veřejnosti možnost se na tak skvělé a krásné práci podílet svou podporou. Příkládáme fotografie našich spokojených a usměvavých klientů.

2.3 Význam FR pro neziskové organizace poskytující sociální služby

Přestože stát především prostřednictvím samosprávných celků zřizuje a provozuje celou řadu institucí poskytujících sociální služby (organizace příspěvkové), existuje ještě celá řada organizací neziskových, které rovněž poskytují sociální služby dle Zákona 108/2006 sb. o sociálních službách. Stát jejich služby v podstatě kupuje prostřednictvím poskytování dotací na jejich činnost. Důvody jejich vzniku jsou různé: nedostatečné řešení problému ze strany státu, nedostatečná kapacita příspěvkových organizací, alternativní způsoby práce v poskytování sociálních služeb.

Na rozdíl od organizací příspěvkových, se ty neziskové neustále potýkají s problémy s financováním. O dotace musí každý rok žádat znovu bez jakékoliv jistoty jejich přidělení. První splátky dotací od státu určených na krytí nákladů provozu přicházejí zpravidla na konci prvního čtvrtletí roku a často nedosahují potřebné výše provozních nákladů a prostředky na rozvoj organizace nezbyývají už vůbec.

To jsou důvody, které vedou neziskové organizace poskytující sociální služby k fundraisingovým aktivitám.

2.3.1 Dotazníkové šetření

Abych zjistila, nakolik jsou pro neziskové organizace poskytující sociální služby důležité zdroje z FR, vytvořila jsem vlastní dotazník, který jsem poskytla těmto organizacím na území Jihomoravského kraje.⁴ Podařilo se mi získat celkem 32 vyplněných dotazníků, což není mnoho, ale přece jen i tento vzorek má určitou vypovídací hodnotu.

Pro evidenci a zpracování odpovědí jsem použila databázový program MS ACCESS. Informace o jednotlivých organizacích jsem zanesla do tabulky a následně jsem pomocí křížových dotazů získala jednotlivé výstupy.

První zjištěnou skutečností je, že ze 32 organizací žádným způsobem nevyužívají FR příjmů 4 organizace, což je 13 %.

⁴ Dotazník je jednou z příloh této bakalářské práce

Dalším zjišťovaným faktem bylo, z jakých zdrojů své FR příjmy neziskové organizace získávají. Dotazník nabízel 4 možnosti: *nadace, firmy, veřejná sbírka, individuální dárci*. Respondenti mohli vybrat až všechny 4 zdroje. Tabulka 8 podává přehled o tom, jaké FR zdroje jednotlivé organizace využívají a také přehled kombinací těchto zdrojů. Z výsledků vyplývá, že až 84 % organizací se obrací se žádostmi na firmy, 65 % na nadace, 61 % organizací se věnuje individuálnímu FR a nejméně je využívána veřejná sbírka – 42 % organizací.

<i>Využívání fundraisingových zdrojů NNO poskytujícími sociální služby</i>		
<i>Kategorie organizací</i>	<i>počet</i>	<i>procent</i>
počet organizací získávající podporu od nadací (N)	21	66 %
počet organizací získávající podporu od firem (F)	27	84 %
počet organizací získávající podporu z veřejné sbírky (S)	14	44 %
počet organizací získávající podporu od individuálních dárců (I)	20	63 %
počet organizací získávající podporu ze všech 4 zdrojů	12	38 %
počet organizací získávající podporu od N+F+I	5	16 %
počet organizací získávající podporu od N+F	2	6 %
počet organizací získávající podporu od F+S+I	1	3 %
počet organizací získávající podporu od F+S	1	3 %
počet organizací získávající podporu od F+I	2	6 %
počet organizací získávající podporu pouze od nadací	2	6 %
počet organizací získávající podporu pouze od firem	4	13 %
počet organizací získávající podporu pouze z veřejné sbírky	0	0 %
počet organizací získávající podporu pouze od individuálních dárců	0	0 %
počet organizací nemající příjmy z FR	4	13 %
organizací celkem	32	

Tabulka 8

Podporu od všech uvedených zdrojů uvádí 35 % organizací. Zajímavé je zjištění, že žádná z dotázaných organizací se nevěnuje pouze veřejné sbírce, nebo pouze individuálnímu dárcovství. Tento fakt si lze vysvětlit vysokou nákladovostí na

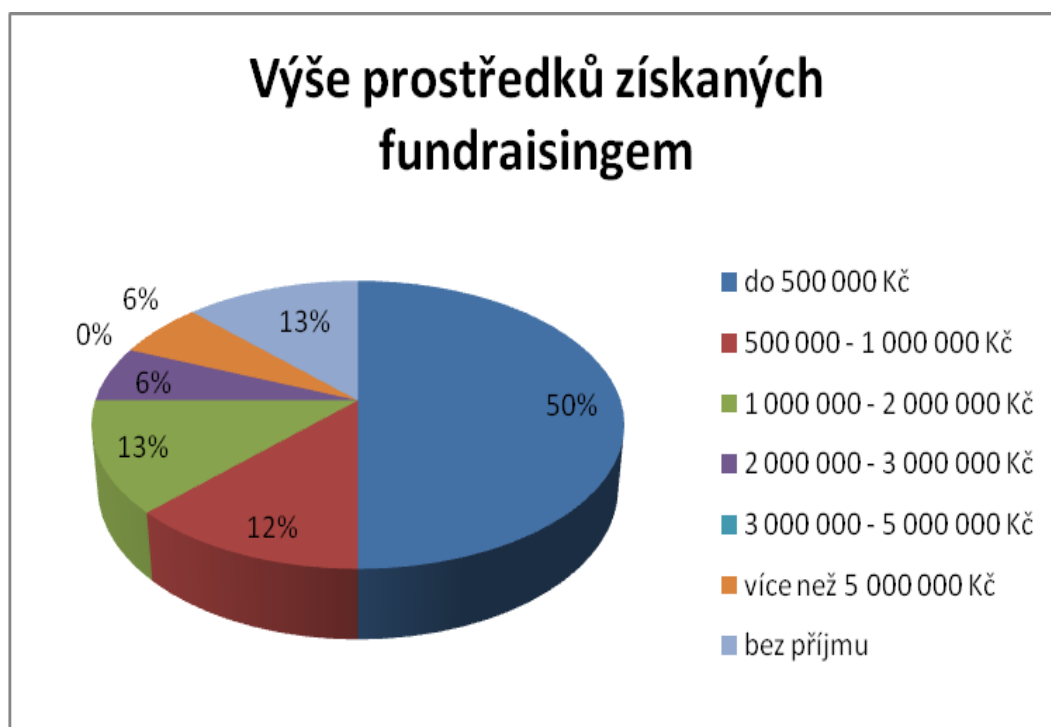
individuální FR a jeho náročností, pro úspěšnost veřejné sbírky je zase třeba, aby měla organizace již rozvinuté PR, a široká veřejnost o ní musí mít povědomí. Z toho plyne, že pokud organizace začínají s fundraisingem, jsou to firmy a nadace u kterých hledají první podporu.

Pokud se jedná o jednozdrojový FR, vedou mezi organizacemi jednoznačně firmy, což lze vysvětlit skutečností, že k oslovení několika firem nepotřebuje nezisková organizace velké investice, ani materiálové a technické zázemí, je tedy relativně snadnější s oslovením firem začít.

Účelem dalšího dotazu bylo zjistit, jaké výše dosahují příjmy organizací z FR za kalendářní rok. Jako odpověď jsem nabídla 5 stupňovou škálu v následujícím rozložení:

- do 500 000 Kč,
- 500 000 – 1 000 000 Kč
- 1 000 000 – 2 000 000 Kč
- 2 000 000 – 3 000 000 Kč
- 3 000 000 – 5 000 000 Kč
- více než 5 000 000 Kč.

Přesně polovina organizací - 50 % (z celkového počtu 32) uvádí, že jejich FR příjmy nedosahují ani 500 000 Kč.



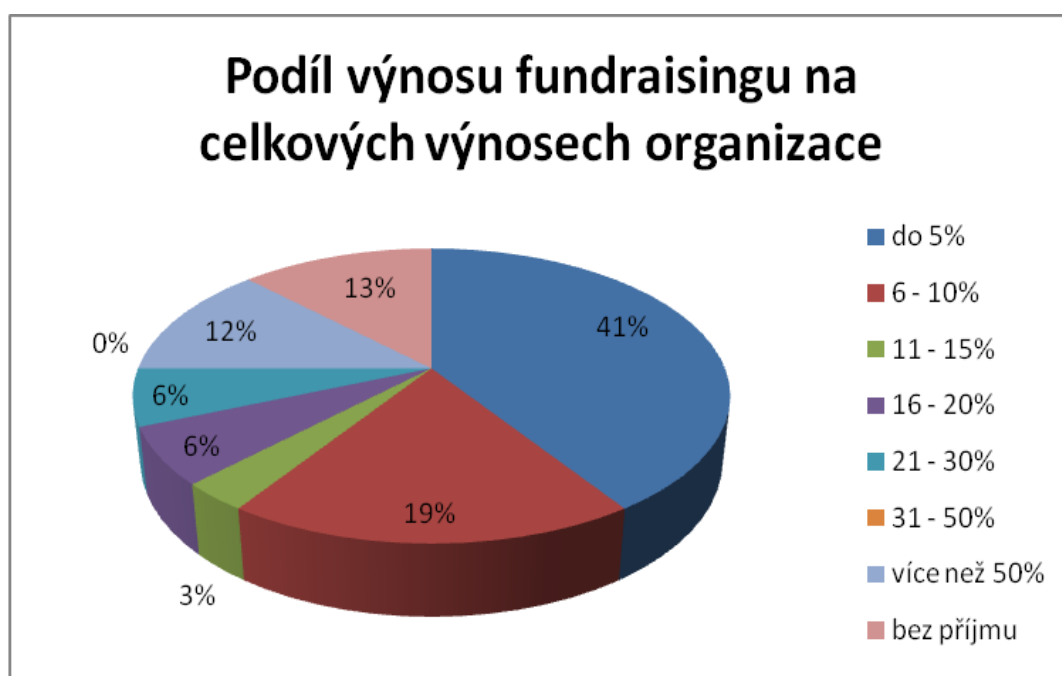
Graf 1

Podstatně menší část – 12 % získá ročně z FR mezi 500 000 až 1 mil. Kč, téměř stejnému procentu organizací – 13 % přináší FR 1 – 2 mil Kč ročně. Mezi 2 – 3 mil. Kč získá FR aktivitami 6 % z dotázaných organizací.

Žádná z organizací neuvedla rozmezí od 3 – 5 mil. Kč. Dalších 6 % organizací získá ročně více než 5 mil. Kč. Žádné FR zdroje nemá 13 % organizací. Podíl jednotlivých skupin je uveden v grafu 1.

Výše získaných prostředků z FR sama o sobě ještě nevypovídá o významu těchto zdrojů pro neziskové organizace, a proto jsem do dotazníku zařadila také dotaz, jakým procentem se tyto zdroje podílí na celkových ročních výnosech organizace. Respondenti vybírali ze 7 stupňové škály rozdělené následovně:

- do 5%
- 6 – 10%
- 11 – 15%
- 16 – 20%
- 21 – 30%
- 31 – 50%
- více než 50%



Graf 2

Graf 2 ukazuje, že u 41 % organizací nečiní podíl FR zdrojů na výnosech organizace ani 5 %. Mezi 6 – 10 % příjmů získává 19 % organizací, 3 % organizací uvádějí, že FR se na příjmech organizace podílí 11 – 15 %. Další kategorie organizací – 6 % má FR příjmy na úrovni 16 – 20 %, stejně velká skupina organizací získává FR příjmy v rozmezí 21 – 30 % svých příjmů. Pozoruhodným zjištěním je fakt, že ani jedna organizace nevedla, že její FR příjmy se pohybují v rozmezí 31 – 50 % ročních příjmů. Podobně překvapivé je, že poměrně velká část – 14 % organizací z FR financuje více než polovinu svého rozpočtu. Systematicky se fundraisingu věnuje z 32 organizací 20, tedy 62,5 %.

2.3.2 Zhodnocení

Z mého dotazníkového šetření vyplývá, že nadpoloviční většina z dotázaných neziskových organizací poskytujících sociální služby – 62 %, má potřebu dofinancovat svou činnost ze soukromých zdrojů, ať už se jedná o firmy, nadace, či individuální dárce. U 12 % organizací je tento zdroj financí zcela zásadní, neboť tvoří většinu jejich příjmů. Tyto organizace by bez FR nebyly schopny svou činnost vykonávat.

Je tedy důležité pro neziskové organizace zabývat se rozvojem filantropie v České republice, vzdělávat se v oblasti fundraisingu a takto získané poznatky uplatňovat ve své činnosti. Vzhledem ke stále klesající výši přidělovaných dotací ze strany státu na sociální služby poskytované neziskovými organizacemi existuje i hypotéza, že budou muset tyto organizace stále více získávat zdroje pro svou činnost prostřednictvím FR.

K tomu ale bude třeba vzdělat a alespoň teoreticky připravit profesionální fundraisery. V ČR ovšem momentálně žádný studijní obor v této oblasti neexistuje, pouze společnost Neziskovky.cz nabízí rekvalifikační kurz – díky za něj.

Velkým povzbuzením a podporou FR by bylo také vytvoření jasně koncipované legislativy a odstranění dalších překážek, které jsou popsány v teoretické části práce.

3 Diakonie ČCE – středisko BETLÉM

3.1 Představení organizace

Diakonie ČCE-středisko BETLÉM je součástí Diakonie Českobratrské církve evangelické, která je jednou z nestátních organizací poskytujících sociální, zdravotní, pastorační a vzdělávací služby v České republice. V současné době Diakonie ČCE nabízí 111 různých sociálních služeb registrovaných dle zákona o sociálních službách 108/2006 Sb ve 33 střediscích na území celé ČR. Dále je Diakonie ČCE zřizovatelem 8 speciálních škol.

Středisko BETLÉM je stejně jako všechna střediska Diakonie ČCE církevní právnickou osobou s vlastní právní subjektivitou, nebo také účelové zařízení církve.

3.1.1 Historie BETLÉMA

Vybudování a zřízení Diakonie ČCE-střediska BETLÉM umožnila nadace manželů Ludvíka a Adolfíny Odstrčilových z roku 1929, již manželé věnovali své pozemky v Kloboukách u Brna, dále vilu, která rodině sloužila jako letní sídlo, jistou finanční částku a také část výnosů ze zisku Naftových dolů Nesyt.

Dr. Ludvík Odstrčil měl pověst citlivého, ohleduplného a spravedlivého člověka, kterého můžeme označit za filantropa. V době krize první republiky se snažil místním lidem pomoci, nikoliv ovšem rozdáváním almužny, ale koupí jejich služeb a práce. Raději nechal kováře 3x předělat plot okolo areálu své vily, aby měl práci a jeho rodina nestrádala, a další podobné legendy kolují i o stavebních pracích na samotné vile.

Stanovený účel nadace se bohužel nepodařilo nikdy naplnit a tak veškerý její majetek přešel dle vůle zřizovatele na Kloboucký českobratrský evangelický sbor. Tomu ale byl po roce 1948 zabaven a budova tzv. Odstrčilovy vily v Císařově ulici po roce 1948 sloužila různým účelům v režii obce. Naštěstí se vždy jednalo o veřejně prospěšné aktivity jako mateřská školka, později malý dětský domov.

Od roku 1984 byla Odstrčilova vila opuštěná - a postupně chátrala. Obec chtěla budovu výhodně prodat, nebýt překvapivého zjištění, že Odstrčilova vila s přílehlými pozemky je zapsána ve vlastnictví Farního sboru ČCE v Kloboukách u Brna!

Tehdejší vedení obce vyvíjelo nátlak na evangelický sbor, aby Odstrčilovu vilu na město Klobouky bezplatně převedl - ale nebyla již padesátá léta, aby se takové přesvědčování, až vydírání setkalo s úspěchem. I když se o restituci majetku v přísně právním smyslu nejednalo (protože vila nebyla nikdy řádně vyvlastněna), můžeme snad s trochou nadsázky říci, že Odstrčilova vila byla první církevní restitucí - která se odehrála ještě za totalitního režimu. To se již psal rok 1988. V Odstrčilově vile zatím probíhaly nejnnutnější sanační práce a hledal se konkrétní projekt sociální práce v prostorách vily.

Zhruba v té době skupina křesťanských nadšenců z Prahy hledala vhodné prostory pro uskutečnění své myšlenky a vytvoření domova pro těžce tělesně i jinak (např. psychicky či sociálně) postižené lidi. Důležitým inspiračním pramenem pro promyšlení péče o handicapované lidi formou společného, tj. komunitního života, se pro ně staly texty a životní zkušenosti Jeana Vaniera, který v 60. letech založil ve Francii komunitu ARCHA pro společný život lidí zdravých a lidí s mentálním postižením. Komunitní domov, který chtěli založit, měl již dokonce vybrané jméno: Betlém. Což v hebrejském originálu zní Bét-lechem a znamená: Dům chleba. Farní sbor ČCE v Kloboukách u Brna tuto myšlenku domova pro handicapované lidi přijal za svou a od roku 1989 probíhaly práce na rekonstrukci vily s konkrétním a jasným záměrem.

Pod názvem BETLÉM - středisko Diakonie byla dne 7. března 1990 organizace oficiálně založena. Své první obyvatele s těžkým tělesným postižením přijalo středisko již v listopadu 1990 a dne 8. prosince 1990 byl BETLÉM při slavnostních bohoslužbách otevřen. Od 1. prosince 1991 pokračuje BETLÉM ve své činnosti jako středisko Diakonie ČCE s právní subjektivitou. Středisko BETLÉM se stalo první nestátní organizací poskytující sociální služby po roce 1990 v ČR.

3.1.2 Rozvoj BETLÉMA

K zásadnímu a pro budoucnost důležitému rozšíření činnosti došlo v říjnu 1992, kdy v bývalém učitelském bytě kdysi evangelické školy v Morkůvkách zahájil pod názvem Narnie svou činnost stacionář pro děti s mentálním postižením. Prvotní podmínky tam byly velice skromné, ve vybavení i celkovém prostoru. Protože se kapacita stacionáře brzy ukázala vzhledem k potřebám břeclavského regionu jako zcela nedostatečná, byla v roce 1993 zahájena přístavba stacionáře, která byla dokončena a zprovozněna v roce 1997.

Postupem času ovšem první klienti Domova Narnie odrostli a vzhledem k jejich věku potřebovali poněkud odlišné prostředí i péči, než jaké poskytuje dětské zařízení. Bohužel se nepodařilo získat finanční prostředky ze zdrojů EU pro výstavbu nového domova, který by poskytoval tzv. následnou péči mladým lidem opouštějícím Domov Narnie a potřeba takového zařízení přitom byla veliká. Vedení BETLÉMA si tedy v roce 2005 dlouhodobě pronajalo starší rodinný dům v obci Brumovice, provedlo na vlastní náklady rozsáhlou rekonstrukci a od února 2007 zde provozuje Domov Arkénie pro mladé lidi s mentálním postižením.

3.1.3 BETLÉM v současnosti

Jedná se o organizaci s regionální působností pro Jihomoravský kraj. Své sociální služby poskytuje trvale celkem 33 uživatelům služeb a dalším až 10 klientům ročně formou odlehčovacích služeb. V současné době Diakonie ČCE–středisko BETLÉM poskytuje celkem 5 sociálních služeb ve svých třech domovech.

Domov Betlém v Kloboukách u Brna – je integrovaným centrem sociálních služeb: poskytuje celoroční domov 10 dospělým lidem s těžkým tělesným postižením a zároveň zde osobám se zdravotním postižením odjinud poskytuje odlehčovací služby, tj. 1-3 týdenní pobyty s komplexní sociální péčí.

Domov Narnie v Morkůvkách – poskytuje služby denní a týdenní stacionář, které jsou určeny dětem s těžkým mentálním a kombinovaným postižením. Kapacita týdenního stacionáře je 11 dětí a denního stacionáře 6 dětí. Všechny děti navštěvují speciální školu.

Domov Arkénie v Brumovicích – poskytuje ubytování a potřebnou sociální péči 5 mladým lidem s těžkým mentálním postižením ve dvoutýdenních cyklech, tj. klienti každý druhý víkend tráví u svých rodičů.

Kromě potřebné sociální péče poskytuje organizace ve všech svých domovech také celou řadu fakultativních služeb, aby všichni uživatelé mohli žít aktivním a plnohodnotným životem.

Středisko BETLÉM je také významným zaměstnavatelem mikroregionu, neboť poskytuje zaměstnání 62 lidem. Roční rozpočet organizace v roce 2010 činí cca 20 mil.Kč.

Způsob péče ve všech domovech organizace svou rodinnou atmosférou a humánností služeb přesně odpovídá alternativním pobytovým zařízením sociálních služeb dle oficiální koncepce MPSV nazvané „Koncepce podpory transformace pobytových sociálních služeb v jiné typy sociálních služeb“ kde se doslova uvádí: *„Již dnes je jasné, že určitá část uživatelů bude (i nadále) potřebovat péči pobytových služeb. Tyto služby musí být poskytovány tak, aby se přirozenému prostředí co nejvíce přibližovaly. Požadavek na přiblížení je charakterizován především malou kapacitou zařízení (snížit kapacitu zařízení v souladu s dobrou praxí EU, podle níž by počet obyvatel jednotlivých bytů či budov měl odpovídat velikosti malé skupiny jako je např. velikost rodiny či školní třídy), vybavením (zařízení ani oblečení personálu nesmí připomínat nemocnici), režimem a způsobem života klientů (individualizovaný režim) a umístěním v běžné zástavbě. Vždy i u těchto služeb musí být centrem zájmu uživatel.“* (www.mpsv.cz)

Domov Betlém byl také českým ombudsmanem hodnocen velmi kladně jako alternativní typ zařízení, kde nejsou klienti v právu na osobní svobodu ničím omezováni, včetně jednolůžkových pokojů jako projevu ochrany osobní integrity člověka.

Inspekci kvality poskytování sociálních služeb byly podrobeny již dvě služby poskytované organizací a to vždy s výborným výsledkem.

3.2 Specifika organizace

Středisko BETLÉM má celou řadu specifík, která jej odlišují od řady organizací ať už v rovině poskytovaných sociálních služeb, nebo ve sféře neziskových organizací i v Diakonii ČCE samotné.

Celý rozvoj organizace v průběhu času byl financován vždy pouze z darů a realizován za vydatné pomoci různých dobrovolníků především z církve, mládeže a s velkým obětavým nasazením zaměstnanců, kteří také odváděli část své práce dobrovolnicky. Ať už to byla rekonstrukce Odstrčilovy vily, přístavba Narnie v hodnotě 3 mil. Kč, či rekonstrukce Arkénie v hodnotě 1,4 mil. Kč. Obrovský význam sehrála také podpora zahraničních křesťanských církví.

Provoz všech domovů se odehrává v atmosféře maximálně se blížící rodinnému prostředí, což umožňují jejich malé kapacity. Poskytování sociálních služeb ve středisku stojí na principech vysoce individuální péče, která umožňuje realizovat klientům jejich osobní zájmy, plány a činnosti, tak jak právě chtějí a touží. V Domově Betlém mají v rámci společného života klienti i pracovníci rovná práva. Společně rozhodují o přijímání nových pečovatелů i obyvatel, společně plánují různé akce a podílí se na celkovém utváření života a služeb v domově. Za děti mají tato práva a možnosti jejich rodiče, kteří nejsou jen klienty organizace, ale především jejími nejbližšími partnery.

Maximálně individuální přístup v péči o osoby s velmi těžkým stupněm postižení sebou přináší vysoké nároky na lidské zdroje jak v oblasti kvalitativní tak i kvantitativní. Důsledkem potom jsou vysoké nároky na osobní náklady ve výdajích organizace, které v roce 2009 činily 72 % všech nákladů organizace.

3.3 Vývoj a úroveň fundraisingu

Středisko BETLÉM využívá FR zdrojů vlastně již od prvopočátků své činnosti, ještě před zahájením provozu v prvním z jeho domovů. Tehdy šlo především o projevy velkého nadšení a úsilí v rámci církve, které umožnilo rekonstrukci Odstrčilovy vily a zahájení provozu, než o systematický FR. Je ovšem třeba poznamenat, že i o darech z počátku 90. let lze dohledat pečlivě vedené záznamy a také korespondenci s dárci. Tato činnost spadala do pracovních povinností tehdejšího vedoucího a účetní.

O systematické práci v oblasti FR se dá hovořit od roku 1998, kdy organizace zaměstnala na ½ úvazek pracovníci právě pro navazování vztahů především s firmami a psaní projektů pro grantová řízení nadací. Od roku 1998 existují také zpracované analýzy z příjmu darů.

V roce 2000 využila organizace programu Nadace Via „Cesta ke stabilitě“, do kterého se přihlásila, zaměstnala pracovníka již na celý úvazek a s podporou Nadace Via, rozeběhla naplno plánovaný a systematický FR ze všech zdrojů.

V současnosti je hlavním zdrojem FR segment individuálních dárců, dále firmy, církve, zahraniční dárci, nadace a veřejná sbírka. Samozřejmostí je pořádání každoroční dobročinné aukce, která je v regionu významnou společenskou událostí, které se účastní místní podnikatelé, představitelé místních samospráv i široká veřejnost. V průběhu aukce se draží výrobky klientů organizace, umělecká díla věnovaná místními umělci a archivní vína. Kromě osobních setkání s dárci přináší každý rok tato akce BETLÉMU také finanční prostředky ve výši cca 0,5 – 1 mil. Kč.

Každý rok se organizace snaží získat nové dárcce a s těmi stávajícími udržuje vztah především zasláním Výroční zprávy o činnosti organizace, poděkováním za každý dar a informacemi o dění v organizaci. Dárce, který podpoří organizaci potřetí, je přijat do Kruhu přátel BETLÉMA a obdrží klíčenku s logem organizace a na konci kalendářního roku ještě zpravodaj. Nejvýznamnější dárcce každý rok organizace veřejně oceňuje na vlastním společenském večeru.

3.4 Výsledky a přínos fundraisingu

První strategický plán vytvořený v roce 2000 předpokládal rozvoj FR do roku 2005. Vycházel z výsledků roku 1999, kdy výše přijatých darů činila 700 000 Kč. V tomto roce vzniká také databáze FR pro účely evidence dárců a sledování darů, kterou si zaměstnanci střediska vytvořili v programu MS ACCESS a která slouží svému účelu dodnes.

Dle plánu měly příjmy z darů dosáhnout v roce 2005 výše 2,5 mil. Kč. Velké pracovní nasazení pracovníka FR a jeho vědomosti získané prostřednictvím vzdělávání v oblasti FR způsobily, že výše získaných darů se vyvíjela mnohem razantněji a od roku 2003 byl úsek FR obsazen již dvěma pracovními úvazky. Skutečná výše přijatých darů v roce 2005 byla oproti plánu více než dvojnásobná, neboť se vyšplhala na 6 mil. Kč.

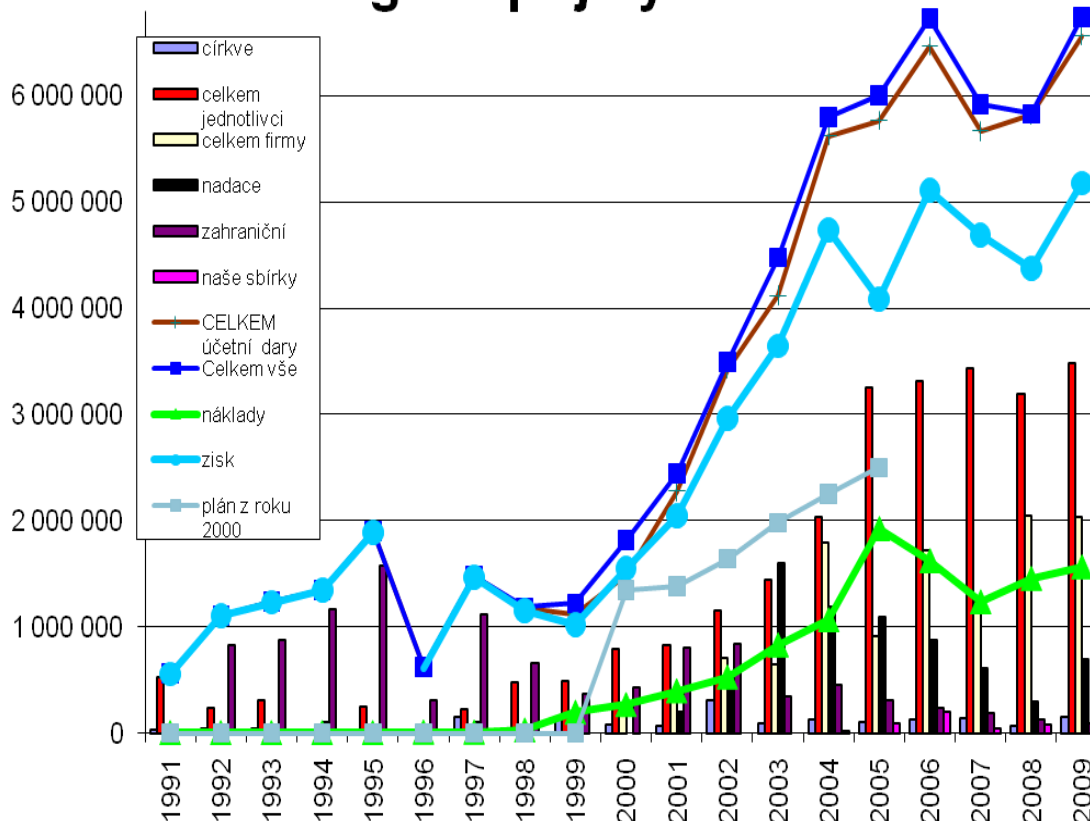
Odchodu jednoho z pracovníků FR a následné dvouleté složité hledání jeho nástupce, se na FR výnosech podepsalo jejich snížením, ale opětovné plné obsazení úseku znamenalo návrat výnosů v roce 2009 zpět na úroveň roku 2006. Graf č. 3 zobrazuje vývoj fundraisingu ve středisku BETLÉM od jeho založení, až do současnosti včetně nákladů a diverzifikace jednotlivých FR zdrojů.

Tyto výsledky jsou dnes důležité nejen pro rozvoj organizace a její investiční akce, ale také pro úhradu nákladů spojených se samotným provozem jednotlivých domovů. Takto získané prostředky činily 29% všech výnosů organizace za rok 2009.

Závěrem lze konstatovat, že pro středisko BETLÉM je fundraising neodmyslitelnou a nepostradatelnou součástí jako významný zdroj financování vlastní činnosti i jako zdroj prostředků na investice a rozvoj organizace.

Výsledky ve středisku BETLÉM také jasně dokazují, že systematický fundraising může být velice efektivním nástrojem pro získávání zdrojů neziskových organizací. Problémem jsou ovšem náklady na jeho fungování, kterých se organizace často obávají a dále nedostatek kvalifikovaných pracovníků. Řešením by bylo otevření studijního oboru zaměřeného na fundraising.

Fundraisingové příjmy v Kč



Graf 3 (Lexová, 2010)

Pro úplný přehled FR příjmů střediska BETLÉM v roce 2009 přikládám ještě tabulku 9, která uvádí konkrétní výši darů u jednotlivých zdrojů.

Druh dárce	Druh daru			
	Finanční	Věcné	Tržby	Celkový
Prodej výrobků			81 598,00	81 598,00
Veřejná sbírka	22 430,00			22 430,00
Církvě	153 670,00			153 670,00
Firmy	1 789	26 400,00	68 000,00	1 883
Jednotlivci	3 488			3 488
Nadace	691 636,00	8 330,00		699 966,00
Organizace	210 508,00			210 508,00
Zahraniční	92 014,00			92 014,00
Celkový součet	6 447	34 730,00	149 598,00	6 631
			Náklady	1 562
			Zisk	5 069
			Návratnost	4,25

Tabulka 9 (Lexová, 2010)

Závěr

Důvodem výběru tématu bakalářské práce je má profese fundraisera a tedy profesní zájem o prohloubení znalostí a získání informací přínosných pro mé zaměstnání a rozvoj fundraisingu obecně. Dalším důvodem je také filantropie jako jedna z oblastí zájmu sociální pedagogiky, resp. její snaha o výchovu k lidumilství, prosociálnímu cítění a jednání s cílem odstranit problémy sociálního charakteru a potlačit individualistické tendence v životě člověka i celé společnosti. Před zpracováním mé bakalářské práce jsem si neuvědomila, jak bohaté a široké téma jsem si vybrala.

Díky dostatečnému množství různých literárních zdrojů se mi podařilo definovat pojem filantropie a vymežit jej také vůči jiným příbuzným pojmům. Studium pramenů mi umožnilo poznat a stručně popsat vývoj a proměny tohoto fenoménu v historii. Velmi přínosným pro mne bylo studium literatury zabývající se příčinami altruistického jednání, které mi nabídlo pohled na dané téma z různých hledisek, především evoluční biologie. Závěrem je, že člověk se rodí ve své podstatě jako bytost zaměřená egoisticky, ale socializací dochází k potlačení tohoto vrozeného zaměření a z různých důvodů v určitých situacích dochází k projevům altruistického chování. Na základě různých dostupných zpráv, studií a také vlastních zkušeností jsem popsala současný stav filantropie v ČR, její možnosti uplatnění, také její úroveň a bariéry bránící jejímu rozvoji.

V praktické části jsem srovnala možné motivace současných fyzických a právnických osob k filantropii. V další části jsem prezentovala výsledky dotazníkového šetření, které si kladlo za cíl zjistit, zda hrají v projevech filantropie českých individuálních dárců nějaký význam faktory jako je pohlaví, věk a vzdělání. Při samotném šetření jsem se snažila získat reprezentativní vzorek všech skupin tak, aby bylo možné jejich relevantní srovnání, což bylo poměrně náročné a i proto se mi to úplně nepodařilo. Problémy jsem měla se získáváním odpovědí od mužů, osob se základním vzděláním a nejstarší věkové kategorie nad 60 let. Tento fakt by mohl mít určitý vliv i na konečné výsledky. Z šetření vyplynulo, že na dobročinné účely někdy přispělo 90 % respondentů, z toho podstatně více žen než mužů. K zajímavému zjištění jsem dospěla u motivace dárců, kde je ve všech pohledech u všech kategorií nejsilnější motivací empatie. Čímž se mi potvrdil i závěr kapitoly hledající odpověď na podstatu lidské filantropie v teoretické části práce. Potom již dochází k různým rozdílům

v jednotlivých kategoriích. Zdá se, že podle výsledků nemá ani jeden ze sledovaných faktorů zásadní vliv na motivaci k filantropii, různé odchylky lze snadno prakticky vysvětlit, třeba větší výskyt nedárců do 30 let je dán především vynakládáním vlastních prostředků na získání bydlení a zajištění životních jistot, u důchodců zase nižšími příjmy apod. Zde by bylo zajímavé pokusit se hlouběji zkoumat, jak skutečně empatie ovlivňuje lidské rozhodování, jaké podněty empatii vyvolávají, aby s nimi bylo možné pracovat v oblasti fundraisingu.

Mým dalším cílem bylo popsat právě fundraising a jeho uplatňování v ČR. Vzhledem ke stručnému popisu si nejsem úplně jistá, zda se mi podařilo vystihnout a zahrnout podstatné informace, které uvedou čtenáře do dané problematiky.

Druhé dotazníkové šetření mělo za cíl zjistit, nakolik je pro neziskové organizace poskytující sociální služby významným zdrojem financí fundraising. Pro toto šetření jsem vytvořila velice stručný dotazník, neboť vím ze zkušeností, jak malé je procento jejich návratnosti a nechtěla jsem tedy kompetentní pracovníky příliš zatěžovat jeho vyplňováním.

Výsledek šetření říká, že pro velkou část organizací je fundraising důležitým a potřebným zdrojem a pro celých 12 % dokonce zdrojem zcela zásadním. Toto šetření by bylo zajímavé rozšířit dvěma směry: jednak na více organizací poskytujících sociální služby, ale také srovnat pro jakou oblast neziskové sféry je fundraising nejvýznamnějším zdrojem.

Domnívám se, že se mi podařilo v zásadě dosáhnout vytčených cílů, i když jsem si vědoma jistých skutečností, které mohly výsledky nějakým způsobem ovlivnit: malý počet odpovědí od organizací, ne zcela vyvážené kategorie dotázaných dárců.

Na úplný závěr bych ráda citovala paní Marcelu Bergerovou, která vyjadřuje snad i jeden ze zájmů sociální pedagogiky a zcela určitě mé osobní přání: *Aby se filantropie stala hodnotou, kterou veřejnost nejen obecně akceptuje, ale aktivně vykonává, aby se filantropie stala přirozenou součástí života jedince i společnosti, aby se stala běžnou a ceněnou praxí.* (Bergerová in Občanský sektor, 2002, s. 105)

Resumé

Práce s názvem *Filantropie v ČR a její význam pro neziskové organizace poskytující sociální služby* popisuje filantropii v širokém pojetí.

V první kapitole definuje filantropii z jazykového hlediska a srovnává její různé již existující definice, dále dává filantropii do kontextu s dalšími termíny, jako je altruismus a charita. Následně je věnována pozornost vývoji filantropie především na našem území. Další podkapitola se věnuje popisu současného vnímání a pojetí filantropie.

Třetí kapitola teoretické části je věnována hledání odpovědi na otázku, proč jsou někteří lidé ochotní pomáhat druhým, co je podstatou filantropického jednání člověka. Na základě studia literárních pramenů je tato část práce rozdělena na čtyři oddíly dle různých teorií jednotlivých autorů. První teorií je teorie sobeckého genu, dále se jedná o prosociální chování z důvodu společenské prestiže, třetí teorie pokládá altruismus za projev emocí a poslední je pohled psychologie na altruistické jednání člověka.

Druhá kapitola popisuje a shrnuje, jaké oblasti lidské činnosti využívají projevů filantropie a jakými způsoby se filantropie projevuje. Prostor je věnován také popisu současné úrovně filantropie v České republice, jejímu legislativnímu prostředí a definování bariér, které kladou překážky rozvoji filantropie, a které jsou spatřovány jednak ve výchově, v legislativě a vysokých cenách některých služeb.

Praktická část se zabývá motivací současných filantropů, nejdříve teoretickému rozlišení možné motivace fyzických a právnických osob. Další podkapitola je věnována dotazníkovému šetření, které má za cíl zjistit, jakou roli ve filantropii hrají faktografické údaje respondentů: pohlaví, věk a vzdělání.

Druhá kapitola praktické části se věnuje popisu fundraisingu, oboru, který využívá filantropie k dofinancování neziskových organizací, jeho vývoji a stavu v ČR, používaným metodám. Další dotazníkové šetření se pokouší zjistit, kolik neziskových organizací poskytujících sociální služby využívá fundraising a v jaké míře pro kofinancování své činnosti.

Poslední kapitola popisuje jako případovou studii konkrétní organizaci poskytující sociální služby, pro niž je fundraising zásadním zdrojem příjmů.

Anotace

Práce objasňuje význam termínu filantropie a popisuje její historický vývoj především na našem území. Dále se zabývá současným pojetím a projevy filantropie v české populaci. Velká část je také věnována hledání příčin altruistického chování člověka.

V praktické části je prezentováno dotazníkové šetření zjišťující motivaci, způsoby, frekvenci a další faktory dobročinnosti s ohledem na pohlaví, věk a vzdělání respondentů. Dále je popisován fundraising - obor, který využívá filantropii k podpoře činnosti neziskových organizací. Druhé dotazníkové šetření se pokouší najít odpověď na otázku jaký význam má filantropie a její aktivní využití pro neziskové organizace poskytující sociální služby. V závěru práce je uvedena případová studie konkrétní neziskové organizace využívající aktivní a systematický fundraising pro kofinancování vlastní činnosti.

Klíčová slova

Filantropie, altruismus, dobročinnost, fundraising, nezisková organizace, sociální služby, dárcovství

Annotation

This thesis clarifies the term „philanthropy” and describes its emergence, particularly on our territory, explores its contemporary meaning and the manifestations of philanthropy among the Czech population. Furthermore, it also devotes much of space to seeking the cause of altruistic behaviour in humans.

The practical part of the thesis presents a survey identifying the motivation, ways, frequency and other factors of beneficence with reference to gender, age and education of respondents. Moreover it describes a fundraising – the sphere that takes advantage of the philanthropy for subsidizing the non-profit-making organizations. Second survey tries to find an answer to the question what significance the philanthropy has for the non-profit-making organizations and for their active use of it. This thesis is concluded by a case study of a concrete non-profit-making organization that exploits active and systematic fundraising for co-financing its activity.

Key words

philanthropy, altruism, beneficence, fundraising, non-profit-making organisation, social services, donation

Literatura a prameny

BERGEROVÁ M.: **Filantropie**. In: *Občanský sektor, studie a souvislosti*, Moravský Beroun: Univerzita Karlova – Fakulta humanitních studií, 2002; 214 str. ISBN 80-86511-07-3

DAWKINS, R.: *Sobecký gen*. (přel. Kopský, V.) 1.vyd. Olomouc: Mladá fronta 1998; 320 s. ISBN 80-204-0730-8

FRIČ P. a kol.: *Dárcovství a dobrovolnictví v České republice*, 1. vyd.: Výsledky výzkumu AGNES a NROS. Praha 2001; 115 s. ISBN 80-902633-7-2

FRIČ P. A GOULLI R.: *Neziskový sektor v ČR*, výsledky mezinárodního srovnávacího projektu Johns Hopkins University. Praha: Eurolex Bohemia 2001; 203 str. ISBN 80-86432-04-1

HARTL P.: *Stručný psychologický slovník*, 1. vyd. Praha: Portál, s.r.o. 2004; 311 s. ISBN 80-7178-803-1

KRAUS B.: *Základy sociální pedagogiky*, 1. vyd. Praha: Portál, s.r.o. 2008; 216 s. ISBN 978-80-7367-383-3

KŘÍŽKOVÁ M.R.: *Je dnešní společnost bezcitná? In : revue PROSTOR 57 (Proč se nerodí noví Hlávkové? Mecenáši v době byznysu)*, Praha: Sdružení pro vydávání revue PROSTOR, 2003; 184 str. ISSN 0862-7045

NAKONEČNÝ M.: *Motivace lidského chování*, 1. vyd. Praha: Academia 1997; 270 s. ISBN 80-200-0592-7

NAKONEČNÝ M.: *Sociální psychologie*, 2. vyd. Praha: Academia 2009; 498 s. ISBN 978-80-200-1679-9

PAYTON R.L.: *Podťaté, ale stále živé kořeny, In : revue PROSTOR 57 (Proč se nerodí noví Hlávkové? Mecenáši v době byznysu)*, Praha: Sdružení pro vydávání revue PROSTOR, 2003; 184 str. ISSN 0862-7045

RIDLEY, M.: *Původ ctností*, (přel. Konvičný M.) 1.vyd. Praha: Portál, s.r.o., 2000; 296 s. ISBN 80-7178-351-X

RIES P.P.: **Hlávkův postroj na koně, In : revue PROSTOR 57 (Proč se nerodí noví Hlávkové? Mecenáši v době byznysu)**, Praha: Sdružení pro vydávání revue PROSTOR, 2003; 184 str. ISSN 0862-7045

WILSON E. O.: **Konsilience jednota vědění**, (přel. Sadílková P. a Spurná J.) 1.vyd. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, s.r.o. 1999; 379 s. ISBN 80-7106-321-5

WRIGHT R.: **Morální zvíře**, (přel. Hradílek A.) Nakladatelství Lidové noviny, s.r.o. 1995; 473 s. ISBN 80-7106-127-1

HLADKÁ M., ŠENKYŘÍKOVÁ T.: **Dárcovství v očích veřejnosti, výsledky výzkumného projektu**, Brno: CVNS 2009; 24 s. ISBN 978-80-904150-4-1

NADACE OSF PRAHA: **Hodnoty, na nichž spočívá filantropie** (výťah z textu Roberta L. Paytona): Praha, Nadace OSF; 11 str.

GAZDÍK J. A WALLEROVÁ R.: **Češi, přeborníci v dobročinnosti**, Praha, MF Dnes 20.1.2010; XXI/16; str.1 + A3

LEXOVÁ J.: **Fundraisingová zpráva za rok 2009**, Diakonie ČCE – středisko BETLÉM 2010; 5 str.

HLADKÁ M.: **Teoretické vymezení filantropie v kontextu dnešní společnosti**. [online] 2009 [cit. 2009-12-27]. http://www.e-cvns.cz/soubory/1Znojmo_2009.pdf

MPSV: **Koncepce podpory transformace pobytových sociálních služeb v jiné typy sociálních služeb, poskytovaných v přirozené komunitě uživatele a podporující sociální začlenění uživatele do společnosti**; [online] http://www.mpsv.cz/files/clanky/3858/Koncepce_podpory.pdf; [cit. 2010-2-28]

NEZISKOVKY.CZ: **Zpráva o stavu neziskového sektoru v české republice v roce 2008**; [online] http://www.neziskovky.cz/Files/Soubory/neziskovy_sektor_CR/Zprava_o_stavu_NS_2008.pdf; [cit. 2010-1-17]

Seznam příloh

Dotazník pro veřejnost	příloha č. 1
Etický kodex střediska BETLÉM	příloha č. 2
Výsledky dotazníkového šetření veřejnosti	příloha č. 3
Dotazník pro organizace	příloha č. 4

Příloha č. 1

Dotazník pro veřejnost

Dobrý den, jmenuji se Jana Lexová a v současné době jako studentka Sociální pedagogiky zpracovávám svou bakalářskou práci na téma „Filantropie V ČR a její význam pro neziskové organizace poskytující sociální služby“. Cílem tohoto dotazníku je zjistit ochotu občanů ČR podporovat neziskové organizace, jejich motivaci k takové podpoře, případně jaký způsob pomoci preferují. Dále chci zjistit, jakou roli hraje pohlaví, věk a vzdělání na rozhodnutí českých občanů k dárcovství. Kromě studia jsem pracovníkem fundraisingu Diakonie ČCE-střediska BETLÉM a zpracování tohoto dotazníku mi pomůže i v mé práci.

Potřebná fakta chci zjistit pomocí níže uvedeného dotazníku a na Vás se obracím s důvěrou a prosbou o spolupráci – o jeho vyplnění. Dotazník je zcela anonymní a jeho vyplnění by nemělo trvat více než 10 minut.

Na otázku odpovězte vždy zakroužkováním odpovědi, která je Vám nejbližší, respektive zakroužkováním písmene, pod nímž je uvedena.

ROZLIŠOVACÍ OTÁZKA

- 1 Přispěl/a jste někdy finančním darem na jakémkoliv dobročinné účely (například příspěvek různým nadacím, neziskovým organizacím, do veřejných sbírek a to včetně ekologických organizací)?**
- a) Ano, přispěl/a
 - b) Ne, nepřispěl/a

POKUD JSTE NA PŘEDCHOZÍ OTÁZKU ODPOVĚDĚLI KLADNĚ tedy za a), POKRAČUJTE PROSÍM V ODPOVĚDÍCH NA DALŠÍ OTÁZKY

ČÍSLO 2 – 13.

BYLA-LI VAŠE ODPOVĚĎ ZÁPORNÁ tedy za b), ODPOVÍDEJTE DÁLE NA OTÁZKY POD ČÍSLY 14 - 16

- 2 Podpoříte spíše**
- a) Ekologické aktivity
 - b) Zvířecí útulky
 - c) Opuštěné děti
 - d) Péči o lidi s postižením

- e) Pomoc lidem sociálně vyloučeným
- f) Péči o seniory
- g) Pomoc uprchlíkům
- h) Pomoc lidem postiženým přírodními katastrofami
- i) Pomoc chudinským zemím (např. výstavba škol v Africe)

3 Jakou finanční částku jste ochotni ročně dát na dobročinné účely

- a) Do 300 Kč
- b) 301-500 Kč
- c) 501-1 000 Kč
- d) 1 001-5 000 Kč
- e) Více než 5 000 Kč

4 Jaký byl první podnět pro to, abyste se pro podporu rozhodli

- a) Byl/a jsem adresně osloven/a – Dostal/a jsem domů žádost se složenkou
- b) Reagoval/a jsem na celovečerní program v TV (např. adventní koncerty, konto paraple apod.)
- c) Oslovila mě veřejná sbírka na pomoc obětem živelných pohrom
- d) Našel jsem si organizaci z vlastní iniciativy
- e) Organizace mi byla doporučena známými

5 Vaše podpora byla

- a) Jednorázová
- b) Opakovaná (2-3x, ne však pravidelná, nebo dlouhodobá)
- c) Každoroční dlouhodobá (1-2x ročně po dobu min. 5 let)
- d) Pravidelná (např. pravidelná měsíční, nebo čtvrtletní platba)

6 Raději

- a) Podpoříte opakovaně stále stejnou organizaci
- b) Pokaždé přispějete jiné organizaci

7 Jaký způsob poskytnutí finančního příspěvku preferujete

- a) Anonymní příspěvek do veřejné sbírky (sbírkové akce v ulicích měst, či pokladničky umístěné v obchodech)
- b) Zaslání dárcovské SMS
- c) Zaslání částky prostřednictvím složenky
- d) Převod mezi účty

8 Co je důvodem Vašeho rozhodnutí podpořit aktivitu určité organizace

- a) Je třeba pomáhat řešit citlivé společenské problémy
- b) I já někdy můžu být v situaci, kdy budu potřebovat pomoc (například budu senior)

- c) Osobní zkušenost v rodině, nebo okruhu blízkých přátel (například nemoc, postižení apod.)
- d) Nejsou mi lhostejné problémy druhých lidí (empatie)
- e) Blízký vztah k tématu, kterým se mnou podporovaná organizace zabývá a který řeší
- f) Mám z toho dobrý pocit

9 přijde-li Vám od organizace, kterou jste podpořili poděkování za dar, považujete to za

- a) Plýtvání penězi a mrzí Vás to
- b) Solidní jednání, které Vás potěší, a rádi přispějete znovu
- c) Nemáte na to vyhraněný názor

10 Jaká pomoc dobročinným organizacím je Vám bližší

- a) Finanční
- b) Hmotná – věcné dary
- c) Dobrovolná práce v organizaci

11 Přispějete raději

- a) Nějaké známé velké nadaci (např. Konto bariéry), která dále prostředky přerozděluje
- b) Konkrétní organizaci, u které budete přesně znát využití poskytnutých prostředků

12 Byli byste ochotni organizaci, kterou dobře znáte, případně dlouho podporujete, odkázat část majetku, či finančních prostředků ve své závěti ? (může se jednat jen o malou část financí, například částku 5 000 Kč)

- a) Ano
- b) Ne
- c) Nikdy mě tato možnost nenapadla

13 Využíváte možnosti odpočtu poskytnutých finančních darů ze svého daňového základu

- a) Ano
- b) Ne
- c) O této možnosti zatím nevím

NA NÁSLEDUJÍCÍ OTÁZKY ODPOVÍDEJTE POUZE TEHDY, ŽE JSTE NA OTÁZKU Č.1 ODPOVĚDĚLI NE, tedy za b)

14 Proč jste zatím žádnou dobročinnou organizaci nepodpořili

- a) Nebyl/a jsem nikým osloven/a, požádán/a

- b) Nemám důvěru v podobné organizace a aktivity
- c) Financování takových organizací má zajistit stát
- d) Mám sám málo finančních prostředků

15 Pokud byste se přece jenom rozhodli podpořit nějakou organizaci, budou to spíše

- a) Ekologické aktivity
- b) Zvířecí útulky
- c) Opuštěné děti
- d) Péče o lidi s postižením
- e) Pomoc lidem sociálně vyloučeným
- f) Péče o seniory
- g) Pomoc uprchlíkům
- h) Pomoc lidem postiženým přírodními katastrofami
- i) Pomoc chudinským zemím (např. výstavba škol v Africe)

16 Vaše forma podpory by měla podobu

- a) Finanční
- b) Hmotnou – věcné dary
- c) Dobrovolná práce v organizaci

Na závěr Vás prosím o vyplnění následujících faktografických otázek.

- 1) Jste
 - a) muž
 - b) žena

- 2) Je vám
 - a) 18-30 let
 - b) 31-45 let
 - c) 46-60 let
 - d) Více než 60 let

- 3) Vaše vzdělání je
 - a) základní
 - b) vyučen
 - d) střední s maturitou
 - e) vysokoškolské

Mnohokrát Vám děkuji za Vaši ochotu a čas věnovaný vyplnění mého dotazníku.

Jana Lexová

Příloha č. 2



Etický kodex fundraisingu Diakonie ČCE-střediska BETLÉM

stanoví pravidla, kterými se středisko BETLÉM řídí při získávání a přijímání finančních prostředků a dalších druhů podpory.

Náš stát umožňuje získávat finanční prostředky nestátním neziskovým organizacím (NNO), kam patří i Diakonie ČCE-středisko BETLÉM (dále jen BETLÉM), finanční prostředky z více zdrojů. Získávání prostředků od soukromých dárců, firem a nadací je náplní úseku fundraisingu a public relations (dále jen FR a PR). Takto získané finanční prostředky jsou pro BETLÉM významným zdrojem příjmů a je tedy třeba věnovat jejich získávání a nakládání s nimi velkou pozornost. Právě v oblasti FR a PR jsou veškeré aktivity založeny na kontaktech a komunikaci s lidmi a organizacemi, jejichž hodnoty, postoje a názory často neznáme. Proto byl popsán etický kodex organizace pro přijímání darů.

1. BETLÉM přijímá finanční i věcné dary, případně dary služeb zdarma a práci dobrovolníků za účelem plnění svého poslání jak je stanoveno ve Statutu.
2. Dary BETLÉM přijímá od osob fyzických i osob právnických, jako jsou podnikatelé, firmy, církve, nadace, různé organizace apod.
3. Jakožto organizace vyznávající křesťanské hodnoty a lásku k bližnímu, BETLÉM nepřijímá dary pocházející z provozování erotických služeb, hazardních her a výherních automatů, stejně jako dary u kterých existuje podezření, že pochází z trestné činnosti, nebo činnosti neslučitelné se základními myšlenkami organizace, jako je nedodržování lidských práv a svobod.
4. Přijímá jenom ty dary, jejichž přijetí nemůže způsobit podezření z neetické činnosti organizace anebo jejich zaměstnanců.
5. Všichni klienti mají zaručen rovný přístup k používání darů.
6. Přijetí daru od jakéhokoliv subjektu nezakládá jeho právo jakkoliv zasahovat do chodu a činnosti organizace, ani ovlivňovat přístup

k jednotlivým klientům, či například přijetí nového klienta do poskytovaných služeb. Přijetí daru nemá vliv na postoj a chování zaměstnanců vůči žádnému z klientů a jeho rodině.

7. Pracovníci úseku FR a PR zachovávají mlčenlivost o skutečnostech, o nichž se dozvěděli při výkonu zaměstnání a které v zájmu dárců, zaměstnavatele nebo uživatelů služeb nelze sdělovat jiným osobám.
8. Pracovníci FR a PR jako soukromá osoba v souvislosti s výkonem zaměstnání nepřijímají dary nebo jiné výhody od dárců a sponzorů.
9. S osobními údaji dárců organizace je nakládáno v souladu se Zákonem 101/2000 sb. o ochraně osobních údajů.
10. Přístup k osobním údajům dárců a celé databázi mají pouze pracovníci FR a programátor db.
11. V zájmu transparentnosti a vzájemně dobrých vztahů zveřejňuje BETLÉM informace o činnosti organizace, jejím financování a využívání získaných finančních prostředků prostřednictvím Výroční zprávy, kterou obdrží každý dárců, případně širokou veřejnost jinými způsoby např. na internetu.
12. Organizace na přání dárce nebude žádným způsobem zveřejňovat jeho jméno a umožní dárce zůstat v anonymitě.
13. Organizace bude řešit všechny legitimní připomínky, kritiky a názory dárců a celé veřejnosti a na tyto odpovídat.

V Kloboukách u Brna, 15. ledna 2009

Jana Lexová
Vedoucí úseku FR a PR

Příloha č. 3

Výsledky dotazníkového šetření veřejnosti

Podpora dárců byla

<i>Podpora</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
opakovaná	75	35,38%
jednorázová	62	29,25%
každoroční	32	15,09%
pravidelná	23	10,85%
0	20	9,43%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Dárci raději podpoří

<i>Raději</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
stejnou organizaci	114	53,77%
jinou organizaci	78	36,79%
0	20	9,43%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Způsob předání daru

<i>Preference</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
převod na účet	88	41,51%
DMS	49	23,11%
do veřejné sbírky	33	15,57%
složenkou	22	10,38%
0	20	9,43%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Jak dárci vnímají poděkování od organizace

<i>Poděkování</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
potěší a přispějí	95	44,81%
bez názoru	64	30,19%
plýtvání penězi	33	15,57%
0	20	9,43%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Preference formy filantropie

<i>Forma</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
finanční	161	75,94%
hmotná	22	10,38%
0	20	9,43%
dobrovolnictví	9	4,25%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Dárci podpoří raději

<i>Komu</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
organizaci	149	70,28%
nadaci	43	20,28%
0	20	9,43%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Přispěli by dárce odkazem ze závěti

<i>Závěť</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
nenapadlo	93	43,87%
ano	54	25,47%
ne	45	21,23%
0	20	9,43%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Využívají dárce možnosti odpočtu daru z daňového základu

<i>Daně</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
ne	116	54,72%
ano	57	26,89%
0	23	10,85%
nevím	16	7,55%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Proč někteří respondenti dosud nedarovali

<i>Proč</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
0	192	90,57%
mám málo	7	3,30%
nedůvěra	7	3,30%
má zajistit stát	4	1,89%
bez oslovení	2	0,94%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Pokud by se pro dar rozhodli, jakou cílovou skupinu by podpořili

<i>Priorita2</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
0	192	90,57%
pomoc lidem postiženým přírodními katastrofami	5	2,36%
pomoc uprchlíkům	3	1,42%
ekologické aktivity	3	1,42%
pomoc lidem sociálně vyloučeným	2	0,94%
opuštěné děti	2	0,94%
péče o lidi s postižením	2	0,94%
péče o seniory	2	0,94%
zvířecí útulky	1	0,47%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Jakou formu podpory by nejraději poskytli

<i>Forma</i>	<i>Celkem</i>	<i>Procent</i>
0	192	90,57%
finanční	11	5,19%
hmotná	9	4,25%
<i>celkový součet</i>	<i>212</i>	<i>100,00%</i>

Příloha č. 4

Dotazník pro organizace

Dobrý den, jmenuji se Jana Lexová a v současné době jako studentka Sociální pedagogiky zpracovávám svou bakalářskou práci na téma „Filantropie V ČR a její význam pro neziskové organizace poskytující sociální služby“. Cílem tohoto dotazníku je zjistit, jak důležitou roli hraje pomoc veřejnosti při financování sociálních služeb v ČR.

Potřebná fakta chci zjistit pomocí níže uvedeného dotazníku a na Vás se obracím s důvěrou a prosbou o spolupráci – o jeho vyplnění. Dotazník je zcela anonymní a jeho vyplnění by nemělo trvat více než 5 minut.

Na otázku odpovězte vždy zaškrtnutím možnosti, do které spadá vaše organizace, respektive proškrtnutím políčka u písmene, pod nímž je uvedena.

1 Jste organizace

- a) Příspěvková
- b) Nezisková

2 Využívá vaše organizace k financování své činnosti fundraisingu (FR) – získávání finančních zdrojů ze soukromých zdrojů?

- a) Ano
- b) Ne

3 Jakou z oblastí FR využíváte?

- a) Granty od nadací
- b) Finanční dary od firem
- c) Veřejná sbírka
- d) Individuální fundraising – dary od soukromých osob

4 Jaký objem financí ročně získáte z těchto zdrojů?

- a) Do 500 000 Kč
- b) 500 000 – 1 000 000 Kč
- c) 1 000 000 – 2 000 000 Kč
- d) 2 000 000 – 3 000 000 Kč
- e) 3 000 000 – 5 000 000 Kč
- f) Více než 5 000 000 Kč

5 Jakou část příjmů vašeho ročního rozpočtu tyto zdroje pokrývají?

- a) Do 5%
- b) 5-10%
- c) 11-15%
- d) 16-20%
- e) 21-30%
- f) 31-50%
- g) Více než 50%

6 Máte ve vaší organizaci systematický FR? (Zaměstnáváte fundraisera a máte databázi dárců)

- a) Ano
- b) Ne

Mnohokrát Vám děkuji za Vaši ochotu a čas věnovaný vyplnění mého dotazníku.

Jana Lexová

