Vysoká škola ekonomická v Praze

Bakalářská práce

2010 Lucie Koulová

Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská
Obor: Arts management

Fundraising neziskového kulturního projektu

Bakalářská práce

Vypracovala: Lucie Koulová
Vedoucí práce: Mgr. Barbara Hucková

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma
„Fundraising neziskového kulturního projektu“
vypracovala samostatně.
Použitou literaturu a podkladové materiály
uvádím v přiloženém seznamu literatury.

V Praze dne 24. května 2010 Podpis

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala Mgr. Barbaře Huckové za vedení a pomoc při psaní bakalářské práce.

Dále bych ráda poděkovala Bc. Vojtěchu Jáglovi a Bc. Evě Luhanové z občanského sdružení Máme otevřeno? za poskytnutí informací, které mi velice pomohly při vypracování praktické části mé práce.

Anotace

Bakalářská práce pojednává o fundraisingu neziskového kulturního projektu, tj. o získávání finančních a nefinančních prostředků potřebných k organizaci charitativní akce. V teoretické části je práce zaměřena na definování neziskového sektoru a pojmu fundraising, dále je věnována pozornost pravidlům a metodám fundraisingu a zdrojům financování neziskových organizací. Praktická část je zaměřena na organizaci a fundraising Charitativní aukce občanské sdružení Máme otevřeno? se zaměřením na porovnání „zvýhodněných“ cen vztahujících se k pořádání charitativní, neziskové aukce s cenami reálně účtovanými podnikatelským subjektům.

Annotation

The bachelor thesis deals with fundraising of non-profit cultural project. The theoretical part defines a notion nonprofit sector and fundraising and describes principles and methods of fundraising as well as potential financial sources. The practical part is devoted to a promotion and a fundraising of Charitable auction, a project of Máme otevřeno?, o. s. At the end there is a comparison of “favored“ prices paid by a non-profit organization while promoting a charitable auction and the real prices paid by a business sector.

Obsah

Úvod **1**
1. Neziskový sektor **3**
2. Fundraising **7**
2.1. Pravidla úspěšného fundraisingu 7
2.2. Metody fundraisingu 8
2.3. Zdroje financování neziskových organizací 15
Veřejné financování 16
Neveřejné financování 17
Samofinancování 20
Zdroje z Evropské unie 21
3. Občanské sdružení Máme otevřeno? **24**
3.1. Poslání a cíle Máme otevřeno?, o. s. 24
3.2. Občanské sdružení jako právní forma NNO 24
3.3. Historie Máme otevřeno?, o. s. 25
3.4. Metody fundraisingu Máme otevřeno?, o. s. 26
3.5. Vícezdrojové financování Máme otevřeno?, o. s. 28
Veřejné financování 29
Neveřejné financování 30
Samofinancování 32
Financování z fondů Evropské unie 33
3.6. Aktivity Máme otevřeno?, o. s. 33
4. Projekt Charitativní aukce **35**
4.1. Vývoj Charitativní aukce 36
4.2. Organizace Charitativní aukce 38
Propagace aukce 39
Fundraising aukce 43
4.3. Průběh Charitativní aukce 47
4.4. Projekty podobného typu jako Charitativní aukce 48
4.5. Zhodnocení projektu 50
Závěr **53**
Zdroje **55**
Přílohy **59**

Úvod

Fundraising, tj. získávání peněžních a nepeněžních prostředků, je velmi náročná a ne vždy úspěšná činnost, na které závisí fungování neziskových organizací a jejich jednotlivých projektů. Získat peníze na realizaci cílů bývá těžké někdy i pro podnikatelské subjekty a projekty na komerční bázi. Ještě mnohem těžší je pak získávání finančních prostředků pro neziskové organizace (charitativní akce) a na kulturu (akce kulturního typu). V mé práci se budu zabývat spojením těchto dvou oblastí – pořádáním neziskového kulturního projektu.

Cílem mé práce je vymezit pojem neziskový sektor a fundraising, nastínit metody a pravidla úspěšného fundraisingu, představit možné zdroje financování neziskových organizací s následnou aplikací těchto poznatků na konkrétním příkladu neziskové kulturní akce nazvané Charitativní aukce - benefiční hra. Zároveň je cílem mé práce zhodnotit danou charitativní aukci a navrhnout možná zlepšení, čehož bude dosaženo po analýze její propagace, průběhu, vývoje a zjištění možných „konkurentů“.

Jako svou hypotézu jsem zvolila předpoklad, že pořádání benefiční aukce neziskovou organizací je časově i organizačně náročná činnost, která však vede k rozšíření povědomí o dané „neziskovce“ mezi lidmi. Dále jsem předpokládala značnou obtížnost shromáždění peněžních zdrojů na pořádání neziskové kulturní akce typu charitativní aukce, zvláště v době finanční krize. Mou poslední hypotézou byla existence poměrně velkého finančního zvýhodnění služeb spojených s pořádáním charitativní aukce v porovnání s účtovanými cenami služeb při organizováním podobného projektu nedobročinného zaměření – tj. že po porovnání cen účtovaných neziskové organizaci a komerčnímu subjektu za „totožné“ služby bude vidět markantní rozdíl. Tento předpoklad se pokusím podložit i číselně.

Metoda práce je založena na sběru informací, osobní zkušenosti i kontaktu s koordinátorem a fundraiserkou celé akce.

Práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou, které čítají celkem čtyři hlavní kapitoly rozdělené dále do podkapitol. V teoretické části se věnuji definování pojmu neziskový sektor, pojmu fundraising, dále pravidlům, která by měla být následována, aby byl fundraising úspěšný, nastíněny jsou i fundraisingové metody, kde je zvláštní pozornost věnovaná pořádání benefičních akcí. V neposlední řadě jsou zde představeny možnosti získávání financí pro neziskové organizace, respektive neziskové projekty,

z veřejných i neveřejných zdrojů. V praktické části se práce zaměřuje na přiblížení konkrétní neziskové kulturní akce, která se nazývá Charitativní aukce - benefiční hra a je pořádána občanským sdružením Máme otevřeno? Nejprve je představeno samotné sdružení (jeho poslání, historie, aktivity) a nastíněny jeho fundraisingové metody a zdroje finančních i nefinančních prostředků. Poté je představena propagace, fundraising, průběh a vývoj samotné Charitativní aukce. V této části dochází ke zkomparování „zvýhodněných" cen za služby pro neziskové organizace s cenami, které by za dané služby byly účtovány komerčním subjektům. Na závěr je provedeno zhodnocení tohoto neziskového kulturního projektu s jeho silnými i slabými stránkami a navrženy změny, které by mohly vést k případnému zlepšení akce.

Práce vychází z literatury týkající se fundraisingu a občanského sdružení Máme otevřeno? V metodologické části je využito knihy Jany Ledvinové a Karla Pešty Základy fundraisingu, dále knihy Úspěšná nezisková organizace od Olgy Medlíkové a Marka Šedivého, skript Ekonomika a financování neziskových organizací od Petra Boukala a Hany Vávrové, internetových portálů ministerstev ČR a další.

Praktická část čerpá z osobních zkušeností při práci dobrovolnice na projektu Charitativní aukce Máme otevřeno?, o. s., z materiálů poskytnutých koordinátorem akce Vojtěchem Jáglem (rozpočet aukce, zodpovězené otázky týkající se pořádání a propagace aukce), informací od fundraiserky Evy Luhanové, z dat výročních zpráv o. s. Máme otevřeno? za roky 2005, 2006, 2007 a 2008, z informací dostupných na oficiálních stránkách občanského sdružení Máme otevřeno? www.mameotevreno.cz a informací poskytnutých ústně či na základě e-mailových zpráv ohledně výše nezvýhodněných cen za jednotlivé služby.

1. Neziskový sektor

Hned v úvodu práce je třeba definovat, co je myšleno pod pojmem neziskový sektor, do něhož bezpochyby pořádání neziskové kulturní akce typu dobročinné výtvarné aukce spadá.

Základní a hojně využívané označení neziskový sektor pochází od autorské dvojice L. M. Salamon a H. K. Anheier. Ti definují neziskový sektor jakožto soubor všech neziskových organizací v dané zemi, které splňují tzv. strukturálně-operacionální definici.[1] Na základě následujících společných rysů lze nestátní neziskové organizace charakterizovat jako organizace:[2]

- **institucionalizované** (organized) – jedná se o organizace mající „formální organizovanost", tj. které jsou do určité míry institucionalizované
- **soukromé** (private) – jsou to organizace soukromoprávní povahy, tj. organizace institucionálně oddělené od státní správy (což však neznamená, že by od státní správy nemohly získávat finanční příspěvky)
- **neziskové** (non-profit-distributing) – tyto organizace mají neziskový charakter, tj. nerozdělují zisk mezi vlastníky nebo ředitele; v případě dosažení zisku musí být finanční prostředky použity na dosažení cílů definovaných v poslání organizace
- **samosprávné a nezávislé** (self-governing) – samozřejmostí je autonomie, samosprávnost organizace, tj. schopnost řídit samu sebe a rozhodovat o své vlastní činnosti
- **dobrovolné** (voluntary) – jedná se o dobrovolné organizace, tzn. vyskytuje se zde prvek „dobrovolnosti", ať již ve formě služeb či poskytování financí.

V České republice neexistuje jednotná metodika, a proto je možné se setkat s vícero označeními pro neziskový sektor. Jedná se například o názvy třetí sektor či občanský sektor.

Občanský sektor lze chápat jako prostor mezi státem, státními institucemi, trhem, soukromými společnostmi generujícími zisk a občany (jak jednotlivci, tak i skupinami).

[1] BOUKAL, Petr, VÁVROVÁ, Hana. *Ekonomika a financování neziskových organizací.* Praha: Oeconomica, 2007. s. 9, ISBN 978-80-245-1293-8.
[2] SALAMON, Lester M.; ANHEIER, Helmut K. *Defining the nonprofit sector: a cross-national analysis*. 2nd ed. Manchester: Manchester University Press, 1997. s. 33-34, ISBN 0-7190-4901-6.

Sokol o občanském sektoru mluví takto: *„Občanský sektor je spontánní a vždy dílčí sebe-organizace individualizované společnosti okolo veřejných zájmů.“*[3]

S definováním třetího, neziskového, sektoru přichází například Roman Haken, který ho řadí jako partnera vedle veřejné správy a podnikatelského/zaměstnavatelského prostředí. Jedná se podle něj o sektor, do kterého lze zahrnout veškeré „not-for-profit organizations“, tj. organizace, které nebyly založeny za účelem tvorby a rozdělení zisku. Označení neziskový, třetí či občanský sektor lze tedy v podstatě považovat za synonyma.[4]

Podle výše zmíněných definic by do neziskového sektoru mohly spadat i politické strany, zájmová sdružení právnických osob, odbory, hospodářské svazy, družstva či profesní komory.

Například Rektořík a kol. v knize Organizace neziskového sektoru z roku 2007 dělí neziskové organizace do pěti kategorií.[5]

1. **Neziskové soukromoprávní organizace vzájemně prospěšné** – do této oblasti dle autora patří občanská sdružení (včetně odborových organizací), zájmová sdružení právnických osob, sdružení bez právní subjektivity (tj. sdružení na základě smlouvy o sdružení osob) a profesní komory.
2. **Neziskové soukromoprávní organizace veřejně prospěšné** – tento sektor je tvořen obecně prospěšnými společnostmi, nadacemi a nadačními fondy, politickými stranami a politickými hnutími, registrovanými církvemi a náboženskými společnostmi.
3. **Neziskové veřejnoprávní organizace typu organizačních složek a příspěvkových organizací státu, krajů a obcí (včetně krajů a obcí samotných)** – jedná se o organizační složky státu, organizační složky územních samosprávných celků (kraje, obce), příspěvkové organizace státu, příspěvkové organizace územních samosprávných celků, kraje, obce a specificky sem Rektořík řadí i Úřad pro zastupování státu ve věcech majetkových.

[3] SOKOL, Jan. *Společnost jako komunikace*. 2002, In: DOHNALOVÁ, Marie; ANDERLE, Petr. *Občanský sektor: Úvahy a souvislosti*. Moravský Beroun: Moravská expedice, 2002. ISBN 80-86511-07-3.

[4] BOUKAL, Petr, VÁVROVÁ, Hana. *Ekonomika a financování neziskových organizací.* Praha: Oeconomica, 2007. s. 8, ISBN 978-80-245-1293-8.

[5] REKTOŘÍK, Jaroslav a kol. *Organizace neziskového sektoru: Základy ekonomiky, teorie a řízení*. Vyd. 2. Praha: Ekopress, 2007. s. 48-70, ISBN 978-80-86929-25-5.

4. **Ostatní neziskové veřejnoprávní organizace** – tuto skupinu tvoří Český rozhlas a Česká televize, státní podniky, vysoké školy, státní fondy, Česká národní banka a Všeobecná zdravotní pojišťovna ČR.
5. **Neziskové organizace typu obchodních společností (a. s., s. r. o., družstvo) a jim podobných** – do této oblasti spadají organizace typu obchodních společností a společenství vlastníků jednotek (bytových).

V užším pojetí se však o neziskovém sektoru hovoří ve spojení s nestátními neziskovými organizacemi (NNO).[6]

Mezi základní právní formy nestátních neziskových organizací patří:[7]

- **Občanská sdružení** – jsou zakládána zákonem č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů. Občanské sdružení je sdružením fyzických a právnických osob za účelem realizace společného zájmu. Podle výše zmíněného zákona, § 6 vzniká sdružení registrací. Návrh na registraci podávají nejméně tři občané, z nichž alespoň jeden musí být starší 18 let. Návrh spolu se stanovami (se všemi náležitostmi a ve dvojím vydání) je předkládán na Ministerstvu vnitra ČR, které občanská sdružení registruje. Občanské sdružení nemá povinnost minimálního vkladu. Zaniká dobrovolným rozpuštěním nebo sloučením s jiným sdružením a pravomocným rozhodnutím Ministerstva vnitra ČR o jeho rozpuštění.
- **Obecně prospěšné společnosti** – právně je upravuje zákon č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech. Ten definuje obecně prospěšnou společnost jako právnickou osobu, která poskytuje veřejnosti obecně prospěšné služby za předem stanovených a pro všechny uživatele stejných podmínek. Zakladatelem obecně prospěšné společnosti může být fyzická osoby, právnická osoba či Česká republika. Obecně prospěšné společnosti registruje krajský soud na základě předložení návrhu na zápis do rejstříku (opět se všemi náležitostmi vyjmenovanými v zákoně č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech), ke kterému musí být přiložena zakládací listina o. p. s.. Obecně prospěšná společnost zaniká dnem vymazání z rejstříku, čemuž předchází zrušení o. p. s. s likvidací, nebo bez likvidace.

---

[6] *Portál veřejné správy České republiky* [online]. c2003-2010 [cit. 2010-03-11]. Neziskový sektor. Dostupné z WWW: <http://portal.gov.cz/wps/portal/_s.155/17214?ks=1582>.

[7] VOJÍK, Vladimír. *Podnikání v kultuře a umění – Arts management*. Praha: ASPI-Wolter Kluwer, 2008. s. 21-26, ISBN 978-80-7357-356-0.

- **Nadace a nadační fondy** – ty jsou zřizovány na základě zákona č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech, který je definuje jako účelová sdružení majetku, jež jsou zřízená a vzniklá pro dosahování obecně prospěšných cílů. Nadace a nadační fondy jsou zřizovány písemnou smlouvou uzavřenou mezi zřizovateli, zakládací listinou nebo závětí. Nadace musí disponovat nadačním jměním, které je nutné k založení nadace a které nesmí být nižší než 500 000 Kč. Nadace i nadační fondy jsou registrovány krajským soudem. Majetek nadace nebo nadačního fondu smí být použit pouze jako nadační příspěvek a k úhradě nákladů, které s sebou správa nadace či nadačního fondu nese.
- **Církve a náboženské společnosti –** mezi čtyři základní formy NNO v České republice patří také církevní či náboženské společnosti, které jsou zastupované církevními právnickými osobami. Právně je fungování církevních a náboženských společností upraveno zákonem č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností. Návrh na registraci církve a náboženské společnosti mohou podat nejméně tři fyzické osoby, které dosáhly věku 18 let. Registraci provádí ministerstvo.

2. Fundraising

Pojem fundraising, který u nás zdomácněl a není povětšinou vyjadřován českým ekvivalentem, bývá vymezen velkým množstvím definic.

Anglické slovo fundraising lze rozdělit na dvě části. Fund – znamenající fond, rezervu či zdroj – a raising – zvyšování, budování, pěstování. Můžeme tedy říct, že se jedná o budování finančních zdrojů neziskové organizace.

Ledvinová definuje fundraising následovně: *„Je to pojem zahrnující různé metody a postupy, jak získat prostředky na činnost nevýdělečných nevládních organizací. Je to „věda" o tom, jak úspěšně přesvědčit druhé [...], jak druhé motivovat k dobrým skutkům, jak je přesvědčit, že peníze nejsou všechno a dát jim možnost darovat svůj čas, zájem a důvěru."*[8]

Fundraising lze tedy vyjádřit jako systematickou činnost, která zahrnuje různé postupy a způsoby získávání finančních i nefinančních zdrojů na obecně prospěšnou činnost povětšinou nestátních neziskových organizací, ale i rozpočtových nebo příspěvkových organizací, obcí, mikroregionů, krajů, církví a též i podnikatelských subjektů, které poskytují veřejně prospěšnou službu.

Fundraising bývá také označován jako obor managementu[9], který se snaží o rozvíjení a pěstování fondů nestátních neziskových organizací.

2.1. Pravidla úspěšného fundraisingu

Fundraising je, dá se říci, mezilidská aktivita. Je potřeba pro ni mít dostatečné osobní předpoklady, schopnosti a hlavně přesvědčení, stejně tak jako získat potřebné znalosti a zkušenosti.

Jedním ze základních pravidel fundraisingu, kterými je dobré se řídit při získávání zdrojů, je skutečnost, že přesvědčit druhé může pouze ten člověk, který je sám přesvědčený. Samotný fundraiser by tedy měl chápat poslání a užitečnost své organizace a dokázat to předat těm, které žádá o podporu. Také by měl být schopný sám darovat své vlastní či jiné organizaci – ať už osobní pomoc, čas, materiální věc či finanční prostředky.

---

[8] LEDVINOVÁ, Jana, PEŠTA, Karel. *Základy fundraisingu*. ICN Praha, 1996. s. 7.

[9] LEDVINOVÁ, Jana. *Marketingjournal.cz* [online]. 2009. [cit. 2009-11-16]. Fundraising. Dostupný z WWW: <http://www.m-journal.cz/cs/public-relations/sponzoring-fundraising/fundraising__s387x5077.html>.

Dále je nutné, aby se fundraiser zaměřil na to, že nezískává peníze, ale člověka. Pro úspěšnost fundraisingových aktivit je třeba se zaměřit na dárce jakožto člověka, který má své názory, zájmy, přesvědčení a škálu preferenčních hodnot. Každý člověk má jiné smýšlení a jiný žebříček hodnot a je třeba toto neopomenout při zjišťování zájmů potenciálních dárců.

Mezi organizacemi, zákazníky, dárci, příznivci a konkurenty je velké množství různých vazeb a je třeba těmto vztahům porozumět k tomu, aby si organizace vytvořila okruh dárců a mohla dlouhodobě a úspěšně fungovat.

V dubnu roku 2008 se v Praze konalo Symposium Arts Managementu pro střední Evropu. Hlavním řečníkem byl Michael Kaiser, president Kennedyho centra ve Washingtonu, který pracoval jako ředitel mnoha kulturních institucí a je označován jako expert na oblast Arts managementu. Pan Kaiser ve své řeči (přednášce) představil 20 pravidel úspěšného fundraisingu.[10] Jedná se o jakýsi návod, jak správně přistupovat k fundraisingu. Tato pravidla v českém překladu uvádím v přílohách práce.

2.2. Metody fundraisingu

Každá organizace by měla při získávání finančních i nefinančních prostředků vycházet z určitých fundraisingových metod. Souboru takovýchto metod se říká fundraisingové portfolio.

Každá fundraisingová metoda má vlastní životní cyklus.[11] Tento cyklus se u různých fundraisingových metod liší nejen dobou začátku, ale i svojí délkou. Úspěšnost metody začíná od nuly (v době započetí), poté dosahuje vrcholu a pak upadá opět k nule. Cyklus celkově prochází čtyřmi fázemi: uvedení, růst, zralost a vyčerpání/úpadek. Uvedení je charakteristické prvotním velkým zatížením organizace, jak časovým, tak i finančním. V následující fázi dochází k rychlému růstu a zvýšené „poptávce“ po „produktu“ organizace. Fáze zralosti je jakýmsi vrcholem, který se vyznačuje spíše stagnací a následným nasycením, který později vede k vyčerpání a úpadku dané fundraisingové metody.

[10] KAISER, Michael. *Twenty Rules for Fund Raising Success* [online]. 2008. [cit. 2010-02-16]. Dostupný z WWW: <www.institutumeni.cz/res/data/006/000774.doc>.

[11] ŽENÍŠEK, Karel. Seminář Základní metody fundraisingu [online]. Salesiánská provincie Praha – Kobylisy 23.4.2003 [cit. 2009-11-16]. Dostupný z WWW: <http://mladez.sdb.cz/materialy-ke-stazeni/knihovna/?cmd=download&downloadID=81>.

Ve chvíli, kdy jedna metoda upadá, měla by se jiná nacházet ve fázi růstu, aby došlo k udržení vyváženého stavu získávání prostředků. Toto správné načasování je hlavní princip, z něhož vychází efektivní spravování fundraisingového portfolia.

Každá z fundraisingových metod je specifická, má své výhody stejně tak jako nevýhody, je vázána na finance i fundraisingový tým. Je proto třeba využívat té metody, která nejlépe v dané situaci „padne" neziskové organizaci i dárci či se nejlépe hodí k získání prostředků na určitou akci (projekt, program). Fundraisingové aktivity hledající zdroje pro neziskovou organizaci a aktivity zaměřující se na sběr financí pro již konkrétní projekt dané organizace, jsou spolu velmi často provázány. V následující části zmíním blíže o jednotlivých metodách fundraisingu.[12]

Inzerce

Velkou výhodou inzerce je oslovení většího počtu lidí, avšak jedná se o poměrně finančně náročnou aktivitou a jelikož kontakt mezi neziskovou organizací a potenciálním dárcem je anonymní, nevzniká zde žádný osobní přístup, který by mohl dárce motivovat ke spolupráci. Inzerce není vysoce účinná metoda, jak oslovit dárce, proto je využívána spíše jakožto podpůrná fundraisingová aktivita.

Veřejné sbírky

Skrze pořádání veřejných sbírek je možné se dostat k širšímu okruhu dárců. Jedná se o velmi dobrý způsob, jak navázat kontakt s lidmi, avšak je vysoce závislý na podpoře médií. Povětšinou pouze akce, které mají dostatečnou marketingovou kampaň, jsou propagovány na plakátech, v tisku či v televizi, mohou mít dostatečný úspěch. Pořádání veřejných sbírek je ošetřeno v zákoně č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách. V § 1 odstavci 1 a 2 je veřejná sbírka definovaná následovně: *„Veřejnou sbírkou je získávání a shromažďování dobrovolných peněžitých příspěvků od předem neurčeného okruhu přispěvatelů pro předem stanovený veřejně prospěšný účel, zejména humanitární nebo charitativní, rozvoj vzdělání, tělovýchovy nebo sportu, nebo ochrana kulturních památek, tradic nebo životního prostředí. Sbírku je oprávněna konat za podmínek stanovených tímto zákonem pouze právnická osoba. Sbírku není možné pořádat k účelu, který je v rozporu s bezpečností státu, ochranou veřejného pořádku, ochranou majetku nebo ochranou práv a svobod druhých."* Výhodou pořádání takovýchto akcí je osobní

[12] ŠKARABELOVÁ, Simona. *Seminář Fundraising a řízení lidských zdrojů* [online]. 19. - 20. června 2002 [cit. 2009-11-16]. Dostupný z WWW: <*www.econ.muni.cz/~simona/skola/ns/fundraising.doc*>.

setkání a jednání s dárcem. Avšak pořádání veřejné sbírky s sebou nese také negativa. Kromě již zmíněné finanční náročnosti, jsou veřejné sbírky spíše cestou k navázání krátkodobé, ne-li přímo jednorázové, spolupráce. Lidé začínají být přesyceni veřejnými sbírkami, které se staly celoročními „akcemi" organizací. Paradoxně se touto cestou získává poměrně velké množství prostředků, i když se vtírá otázka, jak je to možné, pokud vezmete v potaz jak obrovské kvantum dobrovolníků s kasičkami denně potkáte a kolika reálně přispějete.

Poštovní kampaň, tzv. direct mail

Výhodou metody poštovní kampaně, stejně jako například inzerce, je oslovení širší veřejnosti. Oproti inzerci by se však měla zaměřovat na konkrétní skupinu potenciálních dárců, na které by měla být směřována. Je také dobré kontaktovat přímo jednotlivce, aby neměl pocit, že je pouze jedním z mnoha, kterým je žádost o příspěvek zasílána. Osobní kontakt je zde jen zprostředkovaný, ale dá se dále rozvíjet, například zatelefonováním potenciálnímu dárci s dotazem, zda mu dopis přišel, či případným dohodnutím osobní schůzky. Kromě jednotlivců lze dopisem oslovit i firmu, což se však jeví jako vysoce neefektivní − podle výzkumu v oblasti financování neziskových organizací a fundraisingu v České republice z roku 2008 byla tato metoda označena respondenty jako nejméně účinná. [13]

V poštovní kampani je také třeba klást důraz na srozumitelnost žádosti nebo i na malé detaily jako je grafická úprava a samozřejmě na okruh obesílaných osob.

E-mailová kampaň

V dnešní moderní elektronické době je často poštovní kampaň nahrazována e-mailovou kampaní. Výhodou je jistě menší časová náročnost, stejně tak jako nižší finanční zatížení. Je tedy poměrně rychlá a finančně nenáročná. Stejně jako u poštovní kampaně je i u této metody nutné mít určitou databázi potenciálních dárců, jimž bude žádost elektronicky poslána. Nevýhodou je však určitá „masovost" a „konzumnost" elektronické komunikace či možnost označení vaší zprávy za nevyžádaný e-mail, výhodou naopak každodenní využívání tohoto druhu komunikace.

[13] EDWARD Deborah. *Informační a servisní centrum pro neziskové organizace: Metody fundraisingu v České republice léto 2008* [online]. 2008 [cit. 2009-11-17]. Dostupný z WWW: <http://www.neziskovky.cz/Files/Soubory/ICN/metodyFR_2008_predbezna_zprava.pdf>.

Telefonická kampaň

Jedná se o relativně osobní kontakt s dárcem, kdy lze za prakticky stejný čas oslovit více lidí než při osobním setkání. Její výhodou je tedy poměrně časová nenáročnost a bližší kontakt s donátory. Použití této metody je ale dosti složité, jelikož musí být aplikována velmi citlivě a měli by ji používat „proškolení dobrovolníci“. V dnešní době telemarketingového šílenství, kdy vám během jediného dne zavolá několik osob, které se vás táží na vaše soukromí, je získat prostředky pro organizaci skrze telefonickou kampaň velice složité.

Členství

Metoda získávání prostředků skrze členství je velice oblíbená, avšak dosti náročná. Je třeba udržovat kontakt dárce s organizací – ve formě zasílání dopisů, výročních zpráv, časopisů, pozvání na akce pořádané organizací či na osobnější setkání. Pokud se podaří udržovat se členem dobré vztahy, dochází k „vychování“ loajálního dárce, s nímž je navázána dlouhodobá spolupráce.

Osobní setkání

Osobní setkání je jednou z nejúčinnějších metod fundraisingu. Při setkání tváří v tvář může fundraiser velmi dobře využít svých schopností a zkušeností k přesvědčení potenciálního dárce o užitečnosti a efektivnosti jeho daru. Je však nutné správně ovládat komunikační dovednosti – je třeba správně zvolit oblečení, místo setkání, zjistit si dostatečné množství informací, soustředit se i na neverbální komunikaci, dokázat odhadnout člověka a získat si ho a mnoho dalšího. Při osobním setkání je tedy třeba zvolit profesionální přípravu.

Žádost o grant

Další metodou fundraisingu je žádosti o grant. V České republice existuje několik institucí, kde mohou neziskové organizace požádat o poskytnutí finančních prostředků na své projekty.[14] Jedná se zejména o ústřední orgány státní správy ČR (ministerstva), orgány státní samosprávy (kraje a obce), české a zahraniční nadace a další zdroje (velvyslanectví, komerční společnosti aj.). Žádat o grant lze i na evropské úrovni, skrze programy Evropské unie a programy Finančních mechanizmů EHP a Norska. Výhodou

[14] *Neziskovky.cz* [online]. c2008 [cit. 2010-03-11]. Grantový kalendář Neziskovky.cz. Dostupné z WWW: <http://neziskovky.cz/cz/infosluzby/grantovy-kalendar/77.html>.

státních grantů je pravidelnost jejich vyhlašování. Pro získání grantu však musí nezisková organizace splňovat určité formální náležitosti vyhlášené poskytovatelem grantu a samozřejmě si hlídat termín odevzdání žádosti. Aktuální uzávěrky grantových či výběrových řízení a programů jsou vypsány na internetových stránkách daných institucí. Souhrnný grantový kalendář je po zaplacení poplatku k dispozici například na webovém serveru www.neziskovky.cz. [15]

Podle již výše zmíněného výzkumu prováděného paní Deborah Edward ve spolupráci s webovým portálem www.neziskovky.cz v roce 2008 byla metoda žádosti o vládní grant označena jako nejčastější a také jedna z nejúspěšnějších. Výzkum dále ukázal, že v průměru 55 % ročního rozpočtu neziskových organizací pochází z vládních grantů. Výhodou této metody fundraisingu je „znalost" dárce a okruhu podpory. Při žádosti o grant je však třeba také počítat s určitou časovou a administrativní náročností, stejně tak jako s jistým byrokratickým zatížením.

Testament – fundraising

Jednou z možností fundraisingu je také testament-fundraising, kdy dárce ve své závěti určí jako příjemce jeho finančních prostředků určitou organizaci. Občanský zákoník České republiky připouští dědění ze závěti a umožňuje ustanovit dědicem kohokoliv (i právnickou osobu). Tato možnost získávání prostředků neziskovými právnickými osobami není v ČR však hojně využívaná a vžívá se velmi pomalu, jelikož v ní spousta lidí vidí etické problémy.

Na základě závěti je též možné zřídit nadaci či nadační fond. Jedním ze známých případů je například založení Nadání Josefa, Marie a Zdenky Hlávkových. V závěti pan Hlávka nadaci odkázal veškerý svůj movitý i nemovitý majetek.

DMS

DMS neboli tzv. dárcovská SMS je nová relativně forma fundraisingu. Projekt DMS vznikl v České republice v roce 2004 a s rozvojem mobilní telekomunikace se z něj stal dá se říci fenomén. Tato metoda je v ČR velmi oblíbená. Například ve sledovaném období mezi lednem a srpnem 2008 bylo zasláno celkem 536 654 dárcovských SMS, tj.

[15] *Neziskovky.cz* [online]. c2008 [cit. 2010-03-11]. Grantový kalendář Neziskovky.cz. Dostupné z WWW: <http://neziskovky.cz/cz/infosluzby/grantovy-kalendar/77.html>.

pro veřejně prospěšné účely se podařilo získat téměř 15 milionů korun.[16] Kromě jednorázové podpory je navíc možno využít tzv. DMS Roční podpory, kdy dárce zasílá dárcovskou SMS vybranému projektu každý měsíc a podporuje tak organizaci dlouhodobě. Pro vyšší efektivnost je dobré napojit tuto fundraisingovou metodu například na pořádání jednorázové benefiční akce typu charitativní koncert. K 5. květnu 2010 bylo do projektu DMS zapojeno celkem 135 projektů nestátních neziskových organizací.[17]

On-line fundraising

V posledních letech s nástupem internetu a elektronického nakupování „po síti" se velice rozmáhá fundraisingová aktivita označovaná jako on-line fundraising nebo také jako e-filantropie. Jedná se o získávání prostředků pro organizace na základě využívání moderních komunikačních technologií.

Tato metoda je velmi oblíbená díky vzrůstajícímu počtu osob, které využívající internet a zejména internetový nákup v každodenním životě. V roce 2003 bylo například ve Spojených státech amerických prostřednictvím internetu získáno více než 1,9 miliard USD, tj. byl dosti patrný vzestup oproti roku 1999, kdy se takto získalo „pouhých" 10 milionů USD.[18] V našich zeměpisných šířkách však není on-line fundraising zatím moc zavedený.

Za základní prvek on-line fundraisingu označil Ted Hart, prezident nadace ePhilanthropy Foundation, která se zabývá pořádáním seminářů na téma on-line fundraising, využití e-mailu ke komunikaci s veřejností. Prostřednictvím e-mailu lze informovat o aktivitách organizace a požádat o podporu. Podle Harta „*on-line fundraising neznamená rychle a snadno získané peníze, místo toho však nabízí důležité a účinné nástroje, které dovolí i těm nejmenším organizacím komunikovat, dělat propagaci a fundraisovat lépe, než by dokázaly s pouze tradičními off-line nástroji*".[19]

V dnešní době je on-line fundraising více orientován na využívání webových stránek, na kterých je například umístěn elektronický obchod (e-shop) nabízející produkty dané

---

[16]. *Fórum dárců* [online]. 2008 [cit. 2010-03-10]. DMS letos získaly téměř 15 milionů korun. Dostupné z WWW: <www.darcovskasms.cz/press_docs/26_09_08TZ1222417522.pdf>.

[17] *Dárcovská SMS* [online]. 2010 [cit. 2010-05-05]. Přehled projektů. Dostupné z WWW: <http://www.darcovskasms.cz/projekty/prehled-projektu.html>.

18 *Econnect – informační servis pro NNO* [online]. 2005 [cit. 2010-03-10]. On-line fundraising: Rozhovor s prezidentem ePhilantropy Foundation Tedem Hartem Dostupné z WWW: <http://nno.ecn.cz/index.stm?x=221600>.

[19] tamtéž

neziskové organizace. Další možností je prodej reklamního prostoru na webu (tzv. bannerová reklama) či „přímá pomoc“, kdy dárce pošle příspěvek elektronicky, provede on-line platbu. Velký potenciál v sobě nesou také sociální sítě typu Facebook či Twitter. Ať už je on-line fundraising využíván v jakékoliv podobě, je důležité vytvořit si pečlivou strategii. Je třeba si obhlédnout „on-line trh“, tj. zjistit, zda je výhodnější své snahy zaměřit spíše na domovský region (region ve kterém daná organizace sídlí) nebo na region, který se vyznačuje velkým množstvím aktivních uživatelů internetu a kde je ohnisko potenciálních on-line dárců, či mohou-li přemýšlet i v nadnárodním měřítku. Každá nezisková organizace by měla otestovat své předpoklady stejně, jako když uvažuje o off-line fundraisingu.

Kromě strategie samotné je třeba věnovat pozornost i etické a bezpečností stránce on-line fundraisingu. Nadace ePhilantropy Foundation vytvořila kodex a pravidla etického on-line fundraisingu a zveřejnila je na svých stránkách, zásady a rady týkající se správného zabezpečení online transakcí byly uveřejněny například na portálu ECCONET v článku Bezpečnostní hlediska on-line plateb.[20]

Benefiční akce

Benefiční akce bývají jádrem fundraisingu na místní úrovni. Jedná se o oblast, kde nejsou tolik sdíleny nápady ani praktické zkušenosti jako u jiných fundraisingových metod výše zmíněných. Většina organizací se často učí správnému pořádání benefičních akcí metodou „pokus, omyl“. I přesto jsou tyto aktivity pro neziskovou organizaci zajímavé, jelikož jim slouží k naplňování několika cílů zároveň. Kromě samotného výnosu finančních prostředků považuje velké množství organizací benefiční akce za příležitost pro zviditelnění dané „neziskovky“ a zvýšení publicity a PR na místní, regionální nebo dokonce i celostátní úrovni. Tyto akce totiž mohou oslovit jak stávajících, tak i nové potenciální dárce.

Jelikož mohou být benefiční akce dosti flexibilní, dokáže nezisková organizace zaměřit svoji pozornost na specifické cílové skupiny, pro které vytvoří odpovídající nástroje oslovení. Image v takovémto případě hraje významnou roli, neboť může zvýšit přitažlivost organizace pro nejrůznější věkové a demografické skupiny.

[20] *Econnect - Informační servis pro NNO* [online]. 2005 [cit. 2010-03-12]. Bezpečnostní hlediska on-line plateb. Dostupné z WWW: <http://nno.ecn.cz/index.stm?apc=nN1x1--&x=219524>.

V článku Riskantní podnik publikovaném na serveru www.fundraising.cz jsou benefiční akce označeny jako riskantní podnik.[21] Benefiční akce totiž přináší více rizikových faktorů než ostatní formy fundraisingových aktivit – je třeba si jasně vytyčit cíle, obsah, přitažlivost jak pro publikum, tak pro zaměstnance neziskové organizace a časovou i finanční náročnost akce.

Existuje vícero přístupů k organizování benefiční aukce a záleží na každé neziskové organizaci, který přístup si vybere a jak ho realizuje. Jednou z možností je zorganizování benefiční akce vlastními silami. Jedná se poměrně o náročnou formu, která s sebou nese jak vysoké požadavky na čas, tak i zdroje prostředků. Další možností je využití konzultanta nebo profesionální agentury. Agentury však většinou nemají osobní vztah k dané neziskové organizaci, tj. nejednají s takovou pečlivostí jako zaměstnanci „neziskovky“ či dobrovolníci, kteří do akce vkládají část své duše. Tento přístup by měl být použit zejména za výjimečných okolností nebo když organizace nemá dostatečné vlastní kapacity. V neposlední řadě je zde možnost rozvíjet již existující místní, regionální nebo celostátní akce, tradice, výstavy, společenská setkání aj. V tomto případě již existuje „základní infrastruktura“ akce, kterou následně nezisková organizace obohacuje a doplňuje novými prvky.

Benefiční akce typu charitativní aukce je tedy také jedna z fundraisingových aktivit. A jelikož každá benefiční akce něco stojí, je třeba i na její organizaci sehnat skrze jiné fundraisingové aktivity dostatek prostředků. Z toho je patrné, že prostředky získané fundraisingem nemusí vést k prvotnímu naplnění cílů organizace, avšak až druhotnému, skrze projekty neziskové organizace.

2.3. Zdroje financování neziskových organizací

Financování neziskových kulturních akcí bývá velmi často spojeno s fundraisingovými aktivitami celé neziskové organizace, která akci pořádá. Proto se zde v teoretické části zaměřím na představení možných zdrojů financování neziskové organizace.

Neziskové organizace by měly vycházet z principu vícezdrojového financování, kdy získávají finanční prostředky jak z veřejných, tak i z neveřejných zdrojů. Neměly by být závislé jenom na soukromých zdrojích, avšak také ne jen a pouze na dotacích

[21] KROUPA, Jan. *České centrum fundraisingu: Fundraising.cz* [online]. 2005 [cit. 2010-03-12]. Riskantní podnik. Dostupné z WWW: <http://www.fundraising.cz/clanky-komentare-rozhovory/clanky-komentare-rozhovory/individualni-darci/riskantni-podnik>.

z veřejných rozpočtů. Kromě optimálního množství zdrojů je třeba správně ošetřit i jejich poměrné zastoupení na celkových financích. Pokud je nezisková organizace závislá na jednom dominantním zdroji finančních prostředků, stává se tato NO velmi nestabilní, co se týče budoucího fungování. Kromě zmíněných veřejných a neveřejných zdrojů je možné též využít samofinancování organizace či financí z fondů Evropské unie. Prostředky, které organizace získá svými fundraisingovými aktivitami, jsou určeny na provoz neziskové organizace a na realizaci jednotlivých cílů (projektů), jež vedou k naplnění poslání organizace, tj. i na pořádání kulturních akcí neziskového typu.

Veřejné financování

Veřejné financování je zajišťováno skrze instituce státní správy a územní samosprávy. V rámci veřejných zdrojů mohou organizace využít státní dotační politiky, která se ukazuje jakožto vysoce úspěšná forma získávání financí.

Hlavním poradním a koordinačním orgánem Vlády České republiky v oblasti nestátních neziskových organizací je Rada vlády pro nestátní neziskové organizace.[22] Tato rada byla založena v červnu roku 1992 jakožto Rada pro nadace, v roce 1998 byl poté její název přeměněn do současné podoby. Hlavní činností Rady je projednávat materiály, které se týkají nestátních neziskových organizací a vhodného prostředí pro jejich zakládání i chod, a následně tyto materiály předkládat vládě.

Hlavní oblasti státní dotační politiky směrem k nestátním neziskovým organizacím jsou každoročně vyhlašovány vládou ČR, spolu i s činnostmi nestátních neziskových organizací, které budou v rámci Hlavní oblasti podporovány a též i s okruhem možných příjemců dotace.

Pro rok 2010 bylo Usnesením vlády ČR ze dne 13. července 2009 č. 885 vyhlášeno celkem 15 hlavních oblastí. Jedná se o následující oblasti: [23]

1. Tělesná výchova a sport
2. Kultura
3. Životní prostředí a udržitelný rozvoj
4. Zahraniční aktivity

[22] *Vláda České republiky* [online]. 2009 [cit. 2010-03-11]. Rada vlády pro nestátní neziskové organizace. Dostupné z WWW: <http://www.vlada.cz/cz/ppov/rnno/zakladni-informace-767/>.

[23] *Vláda České republiky* [online]. 2009 [cit. 2010-03-11]. Usnesení vlády ČR ze dne 13. července 2009 č. 885. Dostupné z WWW: <http://kormoran.vlada.cz/usneseni/usneseni_webtest.nsf/0/8E39092569FEDECAC12575EF003A623E/$FILE/885%20p%C5%99%C3%ADloha%20w090713a.0885.pdf>.

5. Národnostní menšiny a etnické skupiny
6. Romská komunita
7. Cizinci a azylanti
8. Zdravotnictví
9. Rizikové chování
10. Ochrana spotřebitele a nájemních vztahů
11. Vzdělávání a lidské zdroje
12. Děti a mládež
13. Rodinná politika
14. Lidská práva
15. Ostatní (nezařazené)

Při poskytování dotací vychází vláda z dokumentu Zásady vlády pro poskytování dotací ze státního rozpočtu České republiky nestátním neziskovým organizacím ústředními orgány státní správy. Aktuální podoba tohoto dokumentu byla schválena Usnesením ČR ze dne 1. února 2010 č. 92.[24] Součástí Zásad je i formulář Žádost nestátní neziskové organizace o státní dotaci na příslušný rok.

Neveřejné financování

Finance z neveřejných zdrojů většinou poskytují individuální dárci tuzemští či zahraniční, firemní dárci a tuzemské či zahraniční nadace.

Vždy je třeba zvolit správný přístup a metodu oslovení potenciálního dárce. Šedivý a Medlíková v knize Úspěšná nezisková organizace to přibližují následovně: *„Úspěšný fundraiser umí namíchat vhodný mix metod pro daný zdroj – tak jako barman nabídne dámám spíše Piňa Coladu a pánům třeba Cuba Libre. Podnikatele nejdříve po telefonu zaujmeme tak, že se s vámi sejde u vás v organizaci. Při osobním setkání mu stručně prezentujete projekt, který by mohl podpořit a přitom mu ukážete, jak to u vás chodí. S jiným podnikatelem si budete posílat e-maily a v příloze návrh na projekt. Jednoduše každému naservírujete směsici toho, co mu vyhovuje.“*[25]

[24] *Vláda České republiky* [online]. 2010 [cit. 2010-03-11]. Usnesení vlády ČR ze dne 1. února 2010 č. 92. Dostupné z WWW: <http://www.vlada.cz/assets/clenove-vlady/ministri-pri-uradu-vlady/michael-kocab/news/program_RVNNO_03_04_2010_priloha_3b.pdf>.

[25] ŠEDIVÝ, Marek, MEDLÍKOVÁ, Olga. *Úspěšná nezisková organizace*. [s.l.] Praha: Grada Publishing, a. s., 2009. s. 68. ISBN 978-80-247-2707-3.

Individuální dárci

Individuální dárcovství je jedna z forem získávání financí. Jedná se o sběr finančních prostředků od jednotlivců, respektive od většího množství drobných dárců. Nejčastěji jsou individuální dárci oslovováni při pořádání benefičních akcí a veřejných sbírek – lze je tedy označit za „anonymní" individuální dárce. V posledních letech též přibyla možnost poskytnut prostředky vybrané organizaci prostřednictvím tzv. DMS - dárcovské SMS.

Prostředky od individuálních dárců mohou pro některé organizaci představovat velice dobrý zdroj příjmů. Podle průzkumu z roku 2003, který se zaměřil na stav fundraisingu v neziskových organizací, však pouze 7 % celkových finančních zdrojů podílejících se na financování NO pochází od individuálních dárců.[26] Vyšší podíl financí přichází do organizací z rozpočtů státní správy a samosprávy (36 %), z vlastní činnosti organizace (20 %), od podnikatelů a obchodních firem (11 %) a nadací a nadačních fondů (10 %).

Při oslovování individuálních dárců je třeba volit vhodný způsob komunikace. Způsoby oslovení jsou popsány v kapitole Metody fundraisingu.

Pro některé organizace je individuální dárcovství nezajímavé, jelikož je spojeno s náročností časovou (navázání dlouhodobého kontaktu s individuálním dárcem je otázkou delšího časového úseku) i finanční (je to drahé). Ženíšek se snaží na tento zdroj prostředků nahlédnout z opačné stránky a dává důvody, proč je dobré se individuálním dárcovstvím zaobírat.[27] Jako výhody uvádí možnost zaplacení z individuálních darů mzdy a režii a stejně tak i investice. Dále mohou tyto prostředky posloužit jako „nárazový polštář" v případě, kdy organizace nezíská prostředky od veřejné správy či samosprávy (viz princip vícezdrojového financování). Díky individuálním dárcům je organizace v přímém kontaktu s veřejností, což může sloužit jako interní indikátor potřebnosti dané „neziskovky" a též jako morální podpora. V neposlední řadě přes individuální fundraising může vést cesta k ostatním zdrojům prostředků.

[26] *Informační a servisní centrum pro neziskové organizace:* [online]. 2003 [cit. 2009-11-16]. Současný stav fundraisingu v neziskových organizacích Dostupné z WWW: <http://www.neziskovky.cz/Files/Soubory/neziskovy_sektor_CR/vyzkum_FR_Spiralis.pdf>.

[27] ŽENÍŠEK, Karel. Seminář Základní metody fundraisingu [online]. Salesiánská provincie Praha – Kobylisy 23.4.2003 [cit. 2009-11-16]. Dostupný z WWW: <http://mladez.sdb.cz/materialy-ke-stazeni/knihovna/?cmd=download&downloadID=81>.

Firemní dárci

Další z možností získání financí pro organizaci je oslovení firem. Firemní dárcovství je dobrovolná činnost podnikatelských subjektů, které se rozhodnou pomoci neziskovým organizacím či konkrétním veřejně prospěšným projektům s cílem prosazovat obecné blaho ve společnosti. Tyto aktivity jsou uskutečňovány nad rámec komerční činnosti firmy. V poslední době se hojně začíná pracovat s pojmem Corporate Social Responsibility (CRS) tj. Společenská odpovědnost firem. Neexistuje jednotná definice tohoto pojmu, například World Business Council for Sustainable Development (1997) ji definuje takto*: „CSR je kontinuální závazek podniků chovat se eticky a přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku.“* [28]

Motivace k firemnímu dárcovství může být založena na tradici firmy, na vlivu prostředí, na osobním přesvědčením ředitele či dokonce osobní zkušenosti s daným problémem. Firma také může mít volné finance, které chce vložit do něčeho nového a společensky prospěšného. Proto bývá firemní dárcovství též někdy nazýváno jako firemní filantropie – jde o zlepšování kvality života společnosti napojením se na komerční sféru.

Avšak motivace firem zapojit se do fundraisingu nemusí nutně vycházet z „osvícených“ myšlenek o zlepšení kvality života. Jedním z motivů může být vytvoření si lepší image, postavení či reklamy. Firmy mohou také vycházet z toho, že jim spolupráce s neziskovou organizací může přinést nové zakázky a klienty. Dalšími motivy mohou být uspokojení ředitele z podporování dobré věci či výhody ve formě daňových úlev. Podnikatelské právnické osoby si mohou podle zákona č. 586/1992 Sb., o dani z příjmu, od základu daně sníženého o odpočty odečíst hodnotu daru na veřejně prospěšné účely, taxativně vyjmenované v § 20 výše zmíněného zákona, pokud hodnota daru činí alespoň 2 000 Kč jednomu subjektu. Maximální hodnota odpočtu je 5 % základu daně sníženého o zbývající odpočty či 10 % u darů vysokým školám a veřejným výzkumným institucím.

Firemní dárcovství nemusí vždy probíhat pouze na bázi poskytnutí finančních prostředků. Jednou z nepeněžních možností je zapojení členů společnosti do firemního dobrovolnictví.

[28] TRNKOVÁ, Jana. *Společenská odpovědnost firem - kompletní průvodce tématem & závěry z průzkumu v ČR*. Praha: Business Leader Forum 2004. Dostupné z WWW:<http://www.blf.cz/csr/cz/vyzkum.pdf>.

Nadace a nadační fondy

V neposlední řadě je možné obdržet finance od samotných neziskových organizací – zejména nadací. Nadace jsou účelová sdružení majetku zřízená a vzniklá podle zákona k dosahování obecně prospěšných cílů. Jejich hlavním cílem je poskytovat nadační příspěvky (granty). Svým majetkem smí nadace podporovat veřejně prospěšné služby - dávat příspěvky na realizaci poslání a cílů neziskových organizací. Samotné nadace získávají prostředky z darů fyzických a právnických osob, z pořádání veřejných sbírek a benefičních akcí, z vlastní činnosti, ze státního rozpočtu, z fondů EU a mohou též spolupracovat s dalšími nadacemi (českými i zahraničními). Finance poskytnuté z nadací mají poměrně vysoký podíl na celkovém financování neziskových organizací – ve výzkumu provedeném v roce 2003 pro občanské sdružení Spiralis se v průměru pohybuje finanční podpora od nadací a nadačních fondů kolem 10 % celkových ročních příjmů organizací.[29]

Samofinancování

Samofinancování je jeden z možných zdrojů financování cílů organizace. Jedná se o vlastní činnost neziskové organizace, respektive vlastní „podnikání“. Takto se organizace snaží získat další prostředky na realizaci svého poslání. Na rozdíl však od klasického podnikání nemá nezisková organizace při samofinancování zaměřeny priority na generování zisku a jeho přerozdělení mezi majitele. Jak již z definice neziskového sektoru od L. M. Salamona a H. K. Anheiera vyplývá, i během těchto aktivit klade organizace důraz na své poslání a hodnoty a případný zisk znovu reinvestuje do činností naplňujících její poslání.[30] Na samofinancování by však měla pomýšlet pouze ta nezisková organizace, která má jasně definované poslání, strategický plán, silný management a je schopna se pružně přizpůsobit měnícím se podmínkám.

Jedním ze způsobů samofinancování je získávání členských příspěvků.[31] V tomto případě se nejedná o dary, avšak člen dostává za placení příspěvků protihodnotu typu slevy na určité akce, zasílání časopisu neziskové organizace atd. Dále může NO

[29] *Informační a servisní centrum pro neziskové organizace:* [online]. 2003 [cit. 2009-11-16]. Současný stav fundraisingu v neziskových organizacích. Dostupné z WWW: <http://www.neziskovky.cz/Files/Soubory/neziskovy_sektor_CR/vyzkum_FR_Spiralis.pdf>.

[30] viz SALAMON, Lester M.; ANHEIER, Helmut K. *Defining the nonprofit sector: a cross-national analysis*. 2nd ed. Manchester : Manchester University Press, 1997. 526 s. ISBN 0-7190-4901-6.

[31] BOUKAL, Petr, VÁVROVÁ, Hana. *Ekonomika a financování neziskových organizací.* Praha: Oeconomica, 2007. s. 43, ISBN 978-80-245-1293-8.

zajišťovat samofinancování prodejem vlastního zboží či pronájmem hmotného majetku (prostor, automobil aj.).

Zdroje z Evropské unie

Od roku 2004, kdy Česká republika vstoupila do Evropské unie, mohou neziskové využívat též možnosti čerpat finanční prostředky z Evropské unie – z fondů EU, Komunitárních programů a díky dohodě z října 2003 také z Programů finančních mechanizmů evropského hospodářského prostoru (EHP) a Norska. Jedná se o veřejné financování ne na tuzemské, ale zahraniční bázi. Bohužel jde ale o poměrně byrokraticky náročnou činnost, na kterou nemají povětšinou neziskové organizace čas či vhodného pracovníka.

Finanční prostředky z fondů EU

Finance lze získat zejména z fondu soudržnosti (kohezní fond) a strukturálních fondů, pod které v současné době spadá Evropský fond pro regionální rozvoj (ERDF) a Evropský sociální fond (ESF).

Jde však o poměrně byrokraticky náročnou činnost, na kterou nemají povětšinou neziskové organizace čas či vhodného pracovníka.

Podle analýzy s názvem Nestátní neziskové organizace v programovém období 2007-2013 – Aktuální stav čerpání NNO, kterou vypracoval Národní orgán pro koordinaci – Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, mohou nestátní neziskové organizace v programovém období 2007-2013 čerpat finanční prostředky ze strukturálních fondů EU celkem v 19 operačních programech (OP). Jedná se konkrétně o:[32]

- pět tématických operačních programů (OP Lidské zdroje a zaměstnanost, OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost, OP Životní prostředí, OP Podnikaní a Inovace a Integrovaný OP);
- sedm regionálních operačních programů (ROP NUTS II Severozápad, ROP NUTS II Severovýchod, ROP NUTS II Střední Čechy, ROP NUTS II Jihozápad, ROP NUTS II Jihovýchod, ROP NUTS II Moravskoslezsko a ROP NUTS II Střední Morava);

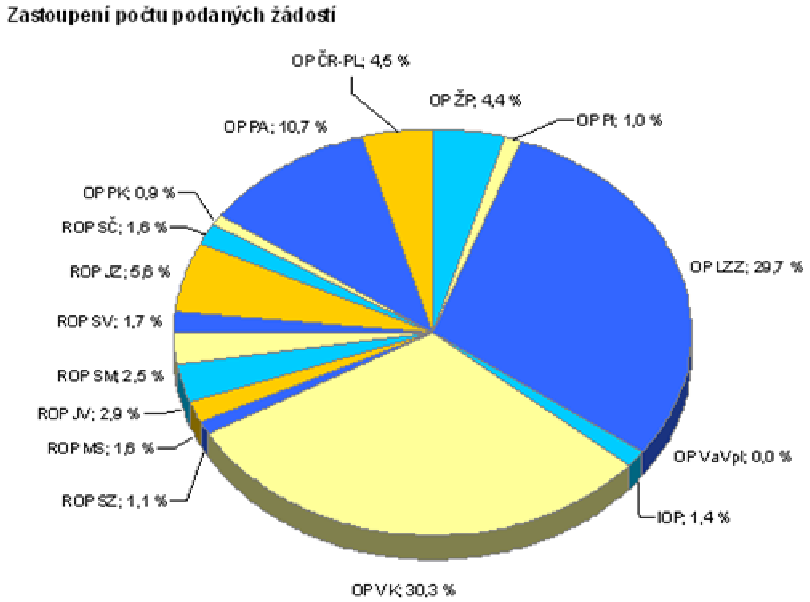
[32] N*estátní neziskové organizace v programovém období 2007–2013: aktuální stav čerpání nestátních neziskových organizací* [online]. 2009 [cit. 2010-03-11]. Dostupné z WWW: <http://evropskyrok.vlada.cz/assets/ppov/rnno/vybor-pro-eu/2008/zapis_V-EU_12_02_2009_priloha_2.pdf>.

- dva pražské Operační programy (OP Praha Adaptabilita, OP Praha Konkurenceschopnost);
- pět operačních programů přeshraniční spolupráce.

Dále analýza uvádí, že od počátku současného programového období až do listopadu 2009 bylo zaregistrováno v žádosti o grant z EU celkem 1 605 podaných projektových žádostí ze strany nestátních neziskových organizací v hodnotě přibližně 17,4 mld. Kč. K financování bylo schváleno 247 projektových žádostí v celkové výši 2,2 mil. Kč.

Nejvyšší podíl předložených projektových žádostí ze strany nestátních neziskových organizací vykazují Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost a Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost. Tyto dva operační programy také reprezentují nejvyšší procento schválených projektů.

Obrázek 1: Graf zastoupení počtu podaných projektových žádostí NNO (procento podaných NNO projektových žádostí v rámci jednotlivých Operačních programů na celkovém počtu NNO podaných žádostí)



Zdroj: MSC2007, stav k 11.11.2009, převzato z dokumentu Nestátní neziskové organizace v programovém období 2007-2013 – Aktuální stav čerpání NNO [33]

[33] *Nestátní neziskové organizace v programovém období 2007–2013: aktuální stav čerpání nestátních neziskových organizací* [online]. 2009 [cit. 2010-03-11]. Dostupné z WWW: <http://evropskyrok.vlada.cz/assets/ppov/rnno/vybor-pro-eu/2008/zapis_V-EU_12_02_2009_priloha_2.pdf>.

Finanční prostředky z Komunitárních programů EU

Ve většině případů komunitární programy podporují pouze mezinárodní projekty a jsou zpravidla koncipovány na několikaletá období. Financování je prováděno formou grantů, jež pochází přímo z rozpočtu EU. Narozdíl od strukturálních fondů finanční prostředky z komunitárních programů nejsou alokovány do konkrétní země, ale jsou určeny pro konkrétní projekt, na kterém se podílí více členských států EU.

Pro programové období 2007-2013 bylo vyhlášeno celkem 17 rámcových programů Nejdůležitější komunitární programy, kterých se mohou účastnit neziskové a nevládní organizace jsou následující: [34]

- Program celoživotního učení Evropa pro občany
- Kultura 2007
- Media 2007
- Mládež v akci
- Progress
- Life +
- Veřejné zdraví

Finanční prostředky z Programů finančních mechanizmů (EHP) a Norska

Jednou z částí Programů finančních mechanizmů (EHP) a Norska je tzv. Blokový grant určený pro nestátní neziskové organizace, který podporuje aktivity neziskových organizací ve třech prioritách:

1. multikulturní prostředí v komunitách a posílení lidských práv
2. podpora dětí a mládeže se specifickými problémy
3. ochrana životního prostředí

V rámci třech výzev prostřednictvím nadace NROS bylo na tyto priority rozděleno celkem 9,3 milionů EUR mezi 181 projektů.[35]

V hlavním městě Praha bylo podpořeno například občanské sdružení Oživení s projektem Dejme chodcům zelenou, na který získalo finance ve výši 49 153 EUR, či Sdružení Tereza s grantem ve výši 100 000 EUR na ekologický projekt Děti ve svém živlu – jak se dělá ekovýchova.

[34] *Euroskop.cz* [online]. c2005-0 [cit. 2010-05-05]. Komunitární programy. Dostupné z WWW: <http://www.euroskop.cz/8644/sekce/prehled-hlavnich-komunitarnich-programu/>.
[35] *Blokový grant pro NNO* [online]. c2010 [cit. 2010-05-05]. Popis programu. Dostupné z WWW: <http://www.blokovygrant.cz/o-programu/popis/>.

3. Občanské sdružení Máme otevřeno?

3.1. Poslání a cíle Máme otevřeno?, o. s.

Občanské sdružení Máme otevřeno? podporuje od doby svého vzniku, tj. od roku 1998, děti, mládež a dospělé převážně s mentálním postižením a autismem v procesu resocializace a integrace do společnosti. Pomáhá jim skrze své programy rozvíjet se směrem k maximální samostatnosti, obhajuje jejich práva, snaží se jim pomoci nalézt uplatnění na trhu práce a také zprostředkovává kontakt s lidmi bez postižení. Dále se též sdružení snaží rozvíjet dobrovolnictví, působit osvětově na celou společnost a oslovovat ji tak, aby co nejširší veřejnost „měla otevřeno“ (viz název sdružení).[36]

Poslání občanského sdružení, které je naplňováno prostřednictvím cílů jednotlivých programů, je dobře definováno a připomínáno v prakticky jednotné podobě na internetových stránkách sdružení www.mameotevreno.cz i ve výročních zprávách občanského sdružení.

3.2. Občanské sdružení jako právní forma NNO

Občanské sdružení je nejčastěji používanou právní formou nestátní neziskové organizace v ČR. Jedná se o sdružení fyzických a právnických osob vznikající za účelem realizace společných zájmů, které mají nenáboženský, nepolitický a nepodnikatelský charakter. Vznik, podobu i zánik občanských sdružení upravuje zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů. Občanské sdružení vzniká na základě registrace. Založit sdružení mohou nejméně tři občané ČR (tzv. přípravný výbor), z nichž alespoň jeden musí být starší 18 let. Tento výbor sepíše stanovy a ve dvojím vyhotovení je spolu s návrhem na registraci podá na Ministerstvo vnitra ČR, které o. s. u nás registruje.

Návrh na registraci musí obsahovat název a sídlo zakládaného sdružení, jeho cíle, jména, příjmení, rodná čísla a bydliště členů přípravného výboru a jejich podpisy, označení člena výboru, který je určen jako zmocněnec pro jednání jménem výboru a jak již bylo výše zmíněno text stanov ve dvou vyhotoveních.

Stanovy musí podle § 6 zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů obsahovat název, sídlo a cíle sdružení, práva a povinnosti členů sdružení, jaké jsou orgány sdružení,

[36] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. *Výroční zpráva Máme otevřeno?, o. s. za rok 2008*. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/7a31c1d3/VZ08_MO.pdf>.

způsob jejich ustavování, určení orgánů a funkcionářů oprávněných jednat jménem sdružení, zásady hospodaření a případně ustanovení o organizačních jednotkách.

Řízení o registraci je zahájeno dnem, kdy na ministerstvo dojde návrh se všemi náležitostmi. Pokud je vše v pořádku, provede ministerstvo do 10 dnů registraci.[37]

Podle evidence vedeného Ministerstvem vnitra ČR, bylo k 9. dubnu 2009 registrováno v České republice na 75 006 občanských sdružení.[38]

Výhodou založení občanského sdružení je poměrně rychlá registrace, která se pohybuje cca kolem dvou týdnů (v porovnání s obecně prospěšnou společností, jejíž zápis do rejstříku může trvat i několik měsíců).[39] Výhodou také může být, že počet členů občanského sdružení není limitován a též, že jsou občanská sdružení zakládána za účelem realizace společného zájmu, nejsou tedy jako některé jiné formy NNO omezeny poskytováním obecně prospěšné služby.

Občanská sdružení nemají ze zákona danou povinnost zveřejňovat každoročně výroční zprávy ani účetní závěrku (což například povinně musí obecně prospěšné společnosti), avšak může to být pro ně velmi dobrá vizitka, která přiláká potenciální dárce či sponzory. Zvláště občanská sdružení, která mají výroční zprávy přehledně a zajímavě vypracované, pomáhají vyvrátit negativistické poznámky o nedostatečné transparentnosti a důvěryhodnosti českých občanských sdružení.

Občanská sdružení jsou povinna vést podvojné účetnictví, avšak pouze tehdy, pokud o. s. podniká či pokud jeho celkové příjmy ze všech činností v předchozím roce (tj. i z hlavní činnosti) dosáhly částky tři miliony Kč.[40]

3.3. Historie Máme otevřeno?, o. s.

Občanské sdružení Máme otevřeno? bylo oficiálně zaregistrováno 10. června 1998. O pár měsíců později zahájil činnost první projekt sdružení nazvaný Jiné odpoledne. V roce 2000 proběhl 1. ročník benefičního festivalu Podzimní kafemletí. V následujících letech se spolu s rozšiřováním okruhu pracovníků zvyšoval i počet klientů a programů. V roce 2002 byl spuštěn poradenský server Dobromysl.cz, vydán

[37] BOUKAL, Petr, VÁVROVÁ, Hana. *Ekonomika a financování neziskových organizací.* Praha: Oeconomica, 2007. s. 9 ISBN 978-80-245-1293-8.
[38] *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. 2009 [cit. 2010-03-11]. Seznam občanských sdružení. Dostupné z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/rady/sdruzeni/index.html>.
[39] *Neziskovky.cz* [online]. 2004 [cit. 2010-03-19]. Právní forma neziskovky šitá na míru (rozdíly mezi OS a OPS). Dostupné z WWW: <http://neziskovky.cz/cz/fakta/legislativa/navody/1400.html>.
[40] tamtéž

1. Informačně-osvětový diář a hlavně byla otevřena kavárna Vesmírná. O rok později zahájil činnost Klub přátel občanského sdružení Máme otevřeno? – Kosmos, poté začal vycházet časopis sdružení a roku 2005 proběhl první ročník Charitativní aukce. Ve stejný rok také došlo k přeměně systému vedení sdružení. Rok 2007 přinesl dva nové programy – Informační a poradenské centrum a Asistenční služba, následující rok pak byla například realizována mediální kampaně Zaměstnanec s mentálním postižením? Zkuste to!

Celkový počet klientů a personálu Máme otevřeno?, o. s., v roce 2009 čítal 14 zaměstnanců pracujících na plný úvazek, 4 na částečný úvazek a více jak 90 klientů-uživatelů programů. Výkonnou ředitelkou je od roku 2008 Mgr. Marta Pellar. [41]

3.4. Metody fundraisingu Máme otevřeno?, o. s.

Občanské sdružení Máme otevřeno? využívá následujících fundraisingových metod – poštovní, elektronická a telefonická kampaň, osobní setkání, členství, žádost o grant, DMS, veřejné sbírky a benefiční akce.[42]

Finanční prostředky získané těmito metodami budou více rozebrány v následující části práce s názvem Fundraising – vícezdrojové financování Máme otevřeno?, o. s.

Poštovní, elektronická, telefonická kampaň a osobní setkání

Těchto metod je využíváno hlavně ke kontaktu s individuálními, případně firemními dárci. Osobní setkání je nejpersonálnější, a proto je ho využíváno zejména ke kontaktu se stálými dárci.

Občanské sdružení Máme otevřeno? má na svých internetových stránkách vyhrazenou jednu sekci, kterou nazývá Jak pomoci?, ve které je možné dozvědět se, jakým způsobem je možné sdružení přispět. Jedná se o nepřímou metodu fundraisingu, kdy nejsou potenciální dárci oslovováni přímými metodami, ale sdružení přenechává aktivitu spíše na těchto donátorech. Jedním z odkazů této sekce je například Manuál pro sponzory a dárce, kde jsou uvedeny způsoby podpory, podmínky a zvýhodnění pro firemní partnery sdružení.

[41] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. *Výroční zpráva Máme otevřeno?, o. s. za rok 2008*. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/7a31c1d3/VZ08_MO.pdf >.

[42] *Fundraising: prezentace k přednášce paní Ing. Jitky Lukešové*. [online]. 2004 [cit. 2010-03-11]. Dostupné z WWW: <nb.vse.cz/~lukesova/PE_415_5_05.ppt>.

Členství

Máme otevřeno?, o. s., založilo roku 2003 Klub přátel občanského sdružení s názvem Kosmos. Jedná se o stálou platformu individuálních dárců, kteří sdružení přispívají formou členských příspěvků – buď minimálně 100 Kč za měsíc, či 1000 Kč za rok. Na oplátku od Máme otevřeno? získají různé výhody – jsou informováni o akcích sdružení, je jim zasílán časopis či výroční zprávy. Členství, respektive počet členů, stoupenců sdružení, je pro neziskovou organizaci také známkou toho, zda existuje povědomí veřejnosti o aktivitách „neziskovky" a zda jsou lidé spokojeni s jejím fungováním.

Žádost o grant

Občanské sdružení hojně využívá finanční podpory ze strany státní správy a samosprávy a také pomoci nadací. Pro tento typ fundraisingové aktivity si nejprve občanské sdružení musí vybrat „instituci", jejíž požadavky pro poskytnutí finanční podpory sdružení splňuje, následně je třeba řádně sepsat žádost o grant a odeslat ji do předepsaného termínu a poté pouze čekat, zda jí bude finanční pomoc přidělena. Je třeba podotknout, že se jedná o jednu z nejvýnosnějších metod fundraisingu.

DMS

Máme otevřeno?, o. s., participovalo na této velmi oblíbené metodě získávání finančních prostředků až do prosince roku 2009. Sdružení se do projektu dárcovské SMS zapojilo roku 2004 a od té doby jí bylo zasláno celkem 4695 DMS (stav k 30.9.2009).[43] Poslání jedné takovéto zprávy stojí 30 Kč, občanskému sdružení je z této částky poté odvedena suma 27 Kč. Celkem se podařilo takto získat 126 765 Kč.

Veřejné sbírky

Občanské sdružení Máme otevřeno? v minulosti využívalo této metody fundraisingu a to sice pořádání veřejné sbírky s názvem Kameny. První ročník této akce byl uspořádán v roce 1999. Sbírka Kameny byla rozpuštěna o 8 let později, v roce 2005, jelikož splnila svůj účel rozšíření povědomí o občanském sdružení a pomoci finančními prostředky lidem s mentálním postižením.[44] Akce byla pořádána za podpory organizace

[43] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Pošlete DMS. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/html/index.php?s1=2&s2=4>.
[44] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. *Výroční zpráva Máme otevřeno?, o. s. za rok 2005*. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/76379d86/maketa-VZ05.pdf>.

ATOM (Asociace turistických oddílů mládeže), která vysílala své zástupce jakožto dobrovolníky s kasičkou. Sbírka byla převážně organizovaná jako mimopražská.

Benefiční akce

Mezi tento typ fundraisingové aktivity lze v občanském sdružení Máme otevřeno? zahrnout pořádání benefiční akce Podzimní kafemletí a Charitativní aukce. Projekt Podzimní kafemletí, který je charakterizován jako kulturně-osvětový minifestival, je současně i veřejnou sbírkou. Peníze z něj plynou na aktivity občanského sdružení. Benefiční akci Charitativní aukce se více věnuji v kapitole čtyři.

3.5. Vícezdrojové financování Máme otevřeno?, o. s.

Naplnění poslání neziskové organizace vyžaduje finanční zdroje, které jsou získávány skrze fundraisingové aktivity. Financování cílů občanského sdružení Máme otevřeno? má vícezdrojový charakter, tj. kombinuje veřejné financování s finančními prostředky z neveřejných zdrojů a též využívá samofinancování a podpory z fondů Evropské unie.
V následující tabulce (Tabulka 1) se nachází rozepsaný objem finančních zdrojů občanského sdružení Máme otevřeno? za rok 2008.[45] Jednotlivé položky budou okomentovány dále v textu.

Tabulka 1: Zdroje financování Máme otevřeno?, o. s., za rok 2008

	částka (v Kč)	**% z celku**
Zdroje - rok 2008 celkem	**11 559 000**	**100,00**
Cizí zdroje celkem	***8 247 000***	***71,3***
Dotace ministerstva	3 734 000	32,30
Dotace MHMP	405 000	3,50
Dotace MČ	1 140 000	9,86
ESF	2 928 000	25,33
Nadace	40 000	0,35
Vlastní zdroje celkem	***3 312 000***	***28,65***
Dary (Kosmos, finanční dary...)	979 000	8,47
Tržba za kavárnu, komise	2 315 000	20,03
Ostatní (úroky, jiné...)	18 000	0,16

Zdroj: data pochází z Výroční zprávy občanského sdružení Máme otevřeno? za rok 2008

[45] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. *Výroční zpráva Máme otevřeno?, o. s. za rok 2008*. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/7a31c1d3/VZ08_MO.pdf>.

Veřejné financování

Občanské sdružení využívá jako většina neziskových organizací k financování svých aktivit prostředky z veřejných rozpočtů. Jelikož poslání této organizace spadá do Hlavní oblasti státní dotační politiky, má nárok na dotace z veřejných zdrojů.

Každoročně je sdružení podporováno dotacemi od ministerstev, Magistrátu hlavního města Prahy a jednotlivých pražských městských částí. Tyto granty jsou označovány jako provozní dotace, avšak neslouží pouze k zajištění provozu samotného sdružení, jsou též využívány k realizaci konkrétních projektů a programů.

Ministerstva

Za rok 2008 granty od jednotlivých ministerstev dosáhly výše cca 3 734 000 Kč. Je patrné, že se jedná o nejvyšší položku finančních zdrojů. Celkem organizaci podpořila čtyři ministerstva. Jejich dotace se většinou vázaly k projektům tématicky se vztahujícím k působnosti jednotlivých ministerstev.

Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR (MPSV) podpořilo finančně Tranzitní program věnující se začlenění dospělých lidi s mentálním a kombinovaným postižením do běžného pracovního prostředí. A dále též Akci Pontony, Dobrovolnické centrum, Asistenční službu, Informační a poradenské centrum a program Jiné odpoledne.

Program Jiné odpoledne získal finance též z Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR (MŠMT).

Finanční pomoc od Ministerstva kultury ČR (MK) připadla na Charitativní aukci.

V neposlední řadě bylo využito podpory ze strany Ministerstva zdravotnictví ČR (MZ), které se v roce 2008 finančně podílelo na vzniku informačně-osvětového diáře.

Magistrát hlavního města Prahy

Magistrát hlavního města Prahy se na financování poslání občanského sdružení Máme otevřeno? v roce 2008 podílel částkou 405 000 Kč. Finance z něj plynuly na Pracovně tréninkový program v kavárně Vesmírná a Asistenční službu.

Městské části

Téměř trojnásobný obnos, oproti financím z Magistrátu, byl poskytnut z rozpočtů pražských městských částí. Kromě dotace z MČ Praha 10, kde Máme otevřeno?, o. s., sídlí, byla sdružení přiznána i podpora od MČ Praha 1, ve které se nalézá kavárna Vesmírná, a dále od MČ Praha 4, 5, 6, 8, 9, 12 a 13.

Neveřejné financování

Pod neveřejné financování spadají prostředky získané od individuálních dárců, firemních dárců a nadací. Máme otevřeno?, o. s., využívá všech výše zmíněných fundraisingových aktivit, avšak je složitější zřetelně oddělit původ získaných prostředků.

Individuální dárci

Co se týče poskytování finančních služeb, jsou ve Výročních zprávách občanského sdružení či na jeho stránkách zveřejněna pouze jména osob bez výše poskytnutého daru. Ani z výkazu zisku a ztrát nelze přesně určit, jaký objem financí pochází od individuálních dárců. Je však jisté, že Máme otevřeno?, o. s., získává finanční prostředky od individuálních dárců formou finančních blíže nespecifikovaných darů.

Dalšími přispěvateli jsou „anonymní" dárci, kteří poskytují finanční prostředky skrze veřejné sbírky a benefiční akce. Tradiční benefiční akcí spojenou s veřejnou sbírkou je festival Podzimní kafemletí, jehož se v roce 2008 uskutečnil již 9. ročník. Festival byl rozdělen na dvě části - během open-air akce se podařilo vybrat 147 407 Kč (při dobrovolném vstupném) a během galavečera „Úplně obyčejný večer" poté 144 330 Kč (při zakoupení vstupenky v ceně 590 Kč).[46]

Finanční pomoc získává občanské sdružení též prostřednictvím DMS, dárcovských SMS. V roce 2008 sdružení obdrželo 1016 DMS.[47] Cena jedné dárcovské SMS dosahuje výše 30 Kč, přičemž organizace z této částky získá 27 Kč. V posledních letech se tato forma podpory uplatňuje velmi často a má stabilní výši.

Oprostíme-li se od hlediska finančního, zbývá nám ještě možnost podpory formou nefinančních prostředků. Tato forma je pro neziskové organizace velmi důležitá a bez jejího začlenění by snad žádná organizace nemohla existovat. Jedná se poskytování materiálních nefinančních darů a hlavně o dobrovolnictví, o poskytování lidské podpory a to jak formou manuální realizace projektu, tak i nadšením z jeho fungování. Snad všechny akce občanského sdružení Máme otevřeno? jsou podporovány dobrovolnickou službou, která se penězi vůbec nedá vyčíslit.

---

[46] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01].Podzimní kafemletí. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/html/index.php?s1=1&s2=12&PHPSESSID=97f9da112689e0a1a9a079b8607a6ff1>.

[47] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Pošlete DMS. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/html/index.php?s1=2&s2=4>.

Rozvoj dobrovolnictví je dokonce jedním z poslání občanského sdružení Máme otevřeno?. Realizuje se skrze projekty Dobrovolnické centrum a Akce Ponty, které byly k 1.1.2009 sloučeny. V roce 2008 tak například na programu Dobrovolnické centrum spolupracovalo 170 dobrovolníků. O dobrovolníka se v občanském sdružení Máme otevřeno? stará především koordinátor konkrétního projektu.

Firemní dárci

Máme otevřeno?, o. s., také každoročně využívá podpory ze strany podnikatelských subjektů. Hlavním partnerem sdružení je tradičně firma Marten, s. r. o., která zajišťuje tisk, a je patrné, že jejich spolupráce trvá již delší dobu a je založena na vzájemné důvěře a spokojenosti obou stran. V roce 2008 dále organizaci podpořily následující firmy: Automotive Products s. r. o., BRAMAC střešní systémy spol. s r.o., CAFE EMPORIO, a. s., CETELEM ČR, a. s., Československá obchodní banka, a. s., Deloitte Central Europe Service Centre s. r. o., d2d CZ s. r. o., PricewaterhouseCoopers Česká republika, s. r. o. či SUDOP PRAHA a. s.[48]

Výše finanční podpory závisí na úrovni partnerství. Firmy se mohou stát buď generálním partnerem sdružení, hlavním partnerem projektu či partnerem projektu. Generální partner poskytuje roční příspěvek od 1 milionu Kč výše a jeho logo se poté může objevovat na hlavičkovém papíru sdružení, firma může využívat prezentace ve výročních zprávách občanského sdružení, v kavárně Vesmírná, v diáři, na benefičních akcích atd. Hlavní partner projektu pak poskytuje ročně částky od 100 000 Kč a partner projektu je takový subjekt, jenž poskytne finance ve výši od 10 000 Kč ročně.[49]

Avšak stejně tak jako u individuálních dárců, ani ti firemní nemusí přispívat pouze finančními obnosy, lze přispět i darem materiálním, lze darovat „službu“, zapojit se do projektu sociálního marketingu, do firemního dobrovolnictví, zakoupit vánočních přání či si vybrat z dalších možností „ušitých na míru“ dané firmě.

Seznam firem, které podpořily sdružení materiálními dary či službami, by zabral několik stran. Sama organizace má na svých internetových stránkách vyvěšen list materiálních darů, jejichž koupí je možné pomoci k realizaci programů občanského sdružení Máme otevřeno? Jde například o zakoupení fotoaparátu, tiskárny, kopírky či

[48] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2010 [cit. 2010-04-01]. Naši sponzoři a dárci. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/html/index.php?s1=2&s2=10>.

[49] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2008 [cit. 2010-03-19]. Manuál pro sponzory a dárce. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/8c77d1de/Firemni%20darcovstvi%20a%20sponzoring.pdf>.

zajištění kurzů anglického jazyka pro klienty Akce Pontony. Pomoci lze také například umístěním odkazu na Máme otevřeno? na firemních webových stránkách.

Občanské sdružení Máme otevřeno? má dokonce sepsán „manuál“ pro firemní dárcovství a sponzoring a též hojně využívá firemního dobrovolnictví. V roce 2008 se do firemního dobrovolnictví zapojily například firmy CETELEM ČR, a. s., Vodafone Czech Republic, a. s., Česká spořitelna, a. s., či Danone, a. s.

Nadace

Co se týče finanční podpory ze strany nadací, má občanské sdružení Máme otevřeno? stabilní základnu. Mezi nadace, které spolupracují se sdružením dlouhodoběji, patří Nadace Via – Philip Morris, Nadace Umění pro zdraví, Nadace J&T, Nadace Divoké Husy a též sbírkový projekt Pomozte dětem! organizovaný společně Nadací rozvoje občanské společnosti (NROS) a Českou televizí.

Objem finančních prostředků z nadací se v roce 2008 vyšplhal na 40 000 Kč. Nejedná se o závratnou částku, například v porovnáním s financemi poskytnutými z ministerstev, avšak podpora nadací je velmi důležitá.

Samofinancování

Občanské sdružení Máme otevřeno? kryje část svých nákladů též samofinancováním. Má vlastní kavárnu Vesmírná, ve které pracují lidé s mentálním a kombinovaným postižením (probíhá zde pracovně tréninkový program), každý rok vydávají Informačně-osvětový diář a též vánoční přání.

Další formou je i získávání členských příspěvků skrze klub přátel Kosmos. Kromě dobrého pocitu z obdarování potřebných získá člen klubu Kosmos například slevu na konzumaci v kavárně Vesmírná, bude mu zasílán informační zpravodaj, výroční zprávy a další. Získané finanční prostředky z Klubu přátel Kosmos činily za rok 2008 celkem 58 350 Kč.[50]

Mezi další formy samofinancování lze také zařadit pořádání každoroční Charitativní aukce - benefiční hry či již zmiňovaný festival Podzimní kafemletí.

Celkové tržby za vlastní výkony a zboží v roce 2008 činily 2 373 000 Kč.[51]

[50] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. *Výroční zpráva Máme otevřeno?, o. s., za rok 2008*. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/7a31c1d3/VZ08_MO.pdf >.

[51] tamtéž

Financování z fondů Evropské unie

Máme otevřeno?, o. s., též využívá čerpání prostředků z fondů Evropské unie. V případě sdružení se jedná zejména o finance z Evropského sociálního fondu (ESF). V roce 2008 odsud organizace vyčerpala cca 2 928 000 Kč, což znamená 25,33 % celkových finančních zdrojů.

Evropský sociální fond je jeden ze tří strukturálních fondů Evropské unie. Jeho hlavním posláním je rozvíjet zaměstnanost a naopak snižovat nezaměstnanost, podporovat sociální začleňování osob a také rovné příležitosti.

Peníze z Evropské unie významně pomohly financovat Informačně poradenské centrum, reklamní kampaň Zkuste to! či Tranzitní program.

3.6. Aktivity Máme otevřeno?, o. s.

Občanské sdružení Máme otevřeno? realizuje velké množství projektů a programů. Ve stručnosti se zde zmíním o těch nejdůležitějších.[52]

Informační a poradenské centrum (IPC)

Hlavním posláním IPC je poskytovat informace a poradenství lidem s mentálním postižením, jejich rodinám, veřejnosti, studentům a médiím. Informace jsou předávány na základě osobního setkání, e-mailové či telefonické komunikace, internetové poradny a informačního serveru Dobromysl.cz. Tato služba je poskytována zdarma.

Jiné odpoledne

Jiné odpoledne je program určený pro děti s mentálním postižením nebo autismem. Tyto děti navštěvují zájmové kroužky spolu s vrstevníky bez postižení a integrují se tak do „normálního“ života. Na pomoc jsou jim přichystáni asistenti povětšinou z řad studentů humanitních oborů. Jiné odpoledne je vlastně vůbec první program občanského sdružení Máme otevřeno?, jeho vznik se datuje do roku 1998.

Dobrovolnické centrum - Akce Pontony

Tyto nejprve oddělené programy propojily svoji činnost v lednu roku 2009. Program Dobrovolnického centra – Akce Pontony pomáhá lidem od 16 let se speciálními potřebami strávit smysluplně volný čas, poznávat své povinnosti a uplatňovat svá práva a to vše ve společnosti a za pomoci dobrovolníka.

[52] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. *Výroční zpráva Máme otevřeno?, o. s., za rok 2008*. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/7a31c1d3/VZ08_MO.pdf>.

Pracovně tréninkový program v kavárně Vesmírná

Jedná se o jakousi službu sociální rehabilitace, kdy je nabízena možnost tréninku pracovních návyků a sociálních dovedností při práci v kavárně Vesmírná, která se nachází Ve Smečkách 5 v centru Prahy. Lidé s mentálním postižením zde pracují jako číšníci a barmani. Za pomoci asistenta si zde mohou vyzkoušet, jak vypadá skutečná práce, mohou získat reálnou placenou pracovní zkušenost, která zvyšuje jejich šanci najít a udržet si v budoucnu pracovní místo na otevřeném trhu práce. Kavárna Vesmírná byla zřízena v roce 2002 a za tu dobu prošlo jejím pracovně tréninkovým programem již 73 lidí s mentálním anebo kombinovaným postižením ve věku od 18 do 47 let.

Tranzitní program

Tranzitní program, který vznikl v roce 2003, poskytuje své služby nejenom lidem s mentálním postižením při integrování do pracovního prostředí, ale i zaměstnavatelům, kteří se rozhodli přijmout do svého pracovního kolektivu člověka se zdravotním postižením.

Podzimní kafemletí

Podzimní kafemletí je kulturně-osvětový festival občanského sdružení Máme otevřeno? Hlavním cílem je pomoci integrovat mentálně postižené lidi do společnosti, stejně tak jako osvětově vzdělávat širokou veřejnost. První ročník akce proběhl v roce 2000. Jedná se o vícedenní hudební a divadelní festival, který se tradičně koná na podzim na náměstí Jiřího z Poděbrad.

Klub přátel Kosmos

Klub přátel sdružení Máme otevřeno? zahájil svou činnost v roce 2003. Na základě členství v klubu je možné buď jednorázově, či pravidelně každý měsíc přispívat na aktivity Máme otevřeno?, o. s. Ke konci roku 2008 měl klub 47 aktivních členů.

Charitativní aukce

Projektu charitativní aukce jakožto kulturnímu neziskovému projektu se samostatně věnuji v následující kapitole.

4. Projekt Charitativní aukce

Charitativní aukce - benefiční hra je jeden z projektů realizovaných občanským sdružením Máme otevřeno? Tato dobročinná kulturní akce poprvé proběhla v roce 2005 a stala se z ní pravidelně se opakující aktivita sdružení.

Sdružení Máme otevřeno? samo prezentuje projekt následovně: *„Rádi byste si byt, kancelář či sebe vyzdobili nějakým kvalitním uměleckým kouskem? Toužíte se nechat nést vlnou originálního humoru? Chcete podpořit začlenění lidí s mentálním postižením a autismem do společnosti? Máme pro Vás večer ušitý přesně na míru Vašeho vkusu! Zábavná benefiční hra – dražba obrazů, fotografií, šperků a designu předních českých umělců. Dražba je možná i na limit nebo po telefonu.“*[53]

Kulturní rozměry akce jsou patrné – každoročně se draží mezi padesáti až šedesáti díly (vyjma prvního ročníku) od přibližně padesáti více či méně známých umělců. Dražená díla jsou jak obrazy (malba, kresba, grafika, koláž), fotografie, šperky, tak i sochy či design. Je tedy patrné, že se organizace snaží škálou nabízených předmětů zaujmout širší pole potenciálních kupců-dárců.

Mezi autory děl lze nalézt jména význačných českých moderních výtvarníků jako Josef Bolf, Pavel Brázda, Jaroslav Róna, Jakub Špaňhel, Jiří David, David Cajthaml, Kamila Najbrtová, Vendula Císařovská a další. Oblast fotografie na prvních ročnících aukce reprezentoval například Robert Vano, Sára Saudková, v dalších letech k nim pak přibyl Miroslav Khol, Blanka Lamrová, Juraj Kaman, Petr Šálek a další. Dražené šperky jsou povětšinou díly Kateřiny Hercíkové, design zastupují díla od Zdeňka Lhotského či Maxima Velčovského. V obrazové příloze k mé práci lze pro představu nalézt fotografie vybraných uměleckých děl, která byla na Charitativní aukci dražena.

Hodnota dražených děl se pohybuje v rozmezí tisíců až desetitisíců korun.

Oproti klasickým aukcím výtvarného umění je Charitativní aukce Máme otevřeno?, o. s., vedena velmi ludickým, hravým způsobem. Na první pohled je patrné, že hlavním účelem je pomoci dobré věci a zažít netradiční, velmi příjemný večer. V posledních ročnících je aukce vedena dvěmi moderátory, Arnoštem Goldflamem a Lumírem Tučkem, které doplňuje profesionální licitátor Ing. Miroslav Zíka. Pan Zíka obstarává oficiální záležitosti, tj. zejména odklepnutí dražené položky, kdežto moderátorská

[53] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01].Charitativní aukce. Dostupné z WWW: < http://www.mameotevreno.cz/html/index.php?s1=1&s2=15>.

dvojice se snaží o odlehčení oficiálního tónu a dodává poněkud petrifikované podstatě klasické dražby „lidskou tvář“ – tj. kromě klasického představení díla moderátoři daný umělecký počin také glosují či podávají osobitý výklad díla, moderují dění v sále a snaží se vytvořit příjemnou atmosféru, aby navnadili dražitele k navyšování příhozů. Jedinečnost a autentičnost aukce také podporují samotní klienti občanského sdružení Máme otevřeno?, tedy lidé s mentálním postižením, kteří na slavnostním večeru vypomáhají.

4.1. Vývoj Charitativní aukce

I. ročník

První ročník Charitativní aukce - benefiční hry se uskutečnil 5. 5. 2005 (u příležitosti Mezinárodního dne za práva zdravotně postižených). Ten rok přišli do sdružení noví lidé, začaly se rozvíjet nové nápady, myšlenky i cesty, kudy by se mohlo o. s. ubírat, a vznikla tato zajímavá forma fundraisingové aktivity.

První ročník aukce byl spíše pokus, zda vůbec dokáže Máme otevřeno?, o. s., takovouto akci uspořádat. Dražba, která probíhala ve vlastních prostorách sdružení, v kavárně Vesmírná, byla komornějšího rázu a dražilo se na ní celkem 28 děl od známých i méně známých umělců. Popis děl a jejich fotografie byly uspořádány do katalogu – tištěná verze byla posílána spolu s pozvánkou vybraným osobám, možnost prohlédnout si elektronickou verzi měli všichni ti, kteří navštívili internetové stránky sdružení. Díla nebyla před aukcí vystavena v galerii ani jiných prostorách, kdo měl zájem vidět díla před samotnou aukcí 5. května, musel si telefonicky domluvit osobní schůzku.

První ročník aukce, narozdíl od ročníků následujících, byl spíše podpořen jednotlivci, než firemními dárci.

Moderování aukce a licitování děl se ujali Ester Kočičková a Lumír Tuček.

Celkový výtěžek z aukce byl 89 600 Kč. Peníze byly použity v souladu s posláním občanského sdružení Máme otevřeno? na zajištění služeb organizace.[54]

II. ročník

Druhý ročník Charitativní aukce se odehrál 4. května 2006 v Grégrově sále Obecního domu v Praze. O průběh aukce se starala aukční síň Dorotheum, která poskytla licitátora

[54] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Výroční zpráva za rok 2005. Dostupné z WWW: < http://www.mameotevreno.cz/prilohy/76379d86/maketa-VZ05.pdf >.

Ing. Miroslava Zíku. Ten byl doplněn moderátorskou dvojicí, známou již z předešlého ročníku, Ester Kočičkovou a Lumírem Tučkem.

Samotné aukci ještě předcházela předaukční výstava umístěná v prostorách Galerie Břehová konající se od 20. dubna do 3. května. Součástí byla i slavnostní vernisáž.

Samotná aukce, na které bylo draženo 60 děl od 48 výtvarníků, začala v Obecním domě v 18:00. Během večera bylo vydraženo více jak 80 % veškerých děl celkem za 189 970 Kč. Veškeré prostředky získané z aukce putovaly na rozvoj integračního programu Dobromysl.cz.[55]

III. ročník

Třetí ročník Charitativní aukce - benefiční hry se konal dne 17. 5. 2007 v hale B ve Veletržním paláci v Praze. Na aukci se dražilo 53 děl od více jak 40 autorů. Moderování se ujali Lumír Tuček a Arnošta Goldflama, licitování pak Ing. Miroslav Zíka. V den aukce se podařilo vydražit 80 % děl za celkem 178 200 Kč. Výtěžek aukce byl použit na podporu a rozvoj Pracovně tréninkového programu v kavárně Vesmírná.

Předaukční výstava opět proběhla v galerii Břehová, aukční síň Dorotheum, a. s., přispěla též svými službami, agentura Start Production, s. r. o., zapůjčila inventář a firma Banquet, s. r. o., se postaral o catering. Svými silami přispěli i dobrovolníci z řad jednotlivců. Hlavním partnerem byla již tradičně firma Marten, s. r. o., která je i hlavním partnerem celé organizace.[56]

IV. ročník

Čtvrtý ročník Charitativní aukce se navrátil do Grégrova sálu Obecního domu, který se stal spolupořadatelem aukce. Dražba se uskutečnila 14. května 2008 a byla na ní k vidění 50 děl od 46 umělců. Díla byla rozdělena do tří základních skupin – malba, kresba, grafika; fotografie; užité umění, design a šperk. Podařilo se vydražit 76 % děl a získat tak 201 075 Kč na Tranzitní program. Jedná se o prozatím nejvyšší sumu získanou za vydražená díla na Charitativní aukci Máme otevřeno?, o. s.

Aukcí, nad níž převzal záštitu renomovaný výtvarník pan Pavel Brázda, moderoval Arnošt Goldflam, Lumír Tuček, licitátorem byl Ing. Miroslav Zíka.

---

[55] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Výroční zpráva za rok 2006. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/fa01891d/nahled-vyrocka06de.pdf>.

[56] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Výroční zpráva za rok 2007. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/cf2cf227/maketa_s_pauzakem_MO_VZ2007.pdf>.

Partnery aukce se staly aukční síň Dorotheum, a. s., Galerie MIRO, kde se uskutečnila předaukční výstava, firma Vyšehrad 200, s. r. o., jež se postarala o catering, a dále Lhotský, s. r. o., a studio Qubus. Finančně poté přispěla Městská část Praha 1 a Ministerstvo kultury ČR.[57]

V. ročník

Spolupořadatelem V. ročníku Charitativní aukce - benefiční hry byl opět Obecní dům, v jehož Sladkovského sále se 13. května 2009 odehrála tato již zaběhnutá kulturní akce. Občanskému sdružení bylo věnováno 59 děl od 51 umělců. Bylo vydraženo 60 % z celkového počtu děl, což činilo 150 350 Kč. Tato finanční částka byla využita na podporu Pracovně tréninkového programu v kavárně Vesmírná.[58]

Občanské sdružení Máme otevřeno? si vybudovalo již pevnou platformu dárců, spolupracovníků, dobrovolníků (také z řad firemního dobrovolnictví) a partnerů zapojených do Charitativní aukce. Již poněkolikáté bylo moderování svěřeno Arnoštu Goldflamovi a Lumíru Tučkovi, kteří spolu s Martinem Chourou namluvili rozhlasový spot k Charitativní aukci. Licitátorem byl již tradičně Ing. Miroslav Zíka. O průběh dražby se postarala aukční síň Dorotheum, s. r. o., tisk zajistila firma Marten, s. r. o., o návrh propagační kampaně se postarala firma Young & Rubicam Praha, s. r. o., o grafiku firma Wunderman, s. r. o. Propagace byla založena na mediální podpoře ze strany Českého rozhlasu, týdeníku EURO, Rádia 1 a radia Regina. Pátý ročník se konal pod záštitou primátora Prahy MUDr. Pavla Béma. Financemi opět přispěla Městská část Praha 1, Ministerstvo kultury ČR a také Magistrát hlavního města Prahy.

4.2. Organizace Charitativní aukce

[57] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Výroční zpráva za rok 2008. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/7a31c1d3/VZ08_MO.pdf>.
[58] *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Charitativní aukce. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/html/index.php?s1=1&s2=15&s3=0&s4=0&s5=0&s6=0&lng=12&user_url=&menu_id=1&m=1&typ=clanky&recid_cl=825&menu_id=1>.

Propagace aukce

Fundraising aukce

4.3. Průběh Charitativní aukce

4.4. Projekty podobného typu jako Charitativní aukce

Charitativní aukce uměleckých děl je jedna z velice oblíbených fundraisingových aktivit. Tyto typy benefičních aukcí jsou pořádány po celé České republice, tj. nejedná se jen o „privilegium“ Prahy, napříč různými právními formami nestátních neziskových organizací a různými oblastmi podpory. Jsou pořádány jak formou klasického aukčního setkání, tak i online přes internet. Mezi ony internetové benefiční aukce lze částečně zařadit Adventní internetovou aukci Linky bezpečí a Benefiční aukci uměleckých děl Nadace Veronika. Ke klasickým aukcím s touto tématikou patří například Dobročinná aukce nadace EURONISA, Benefiční aukce projektu ArtForum, Dražba uměleckých děl AKCE CIHLA občanského sdružení Portus, Charitativní aukce uměleckých děl jakožto součást Benefičního galavečera Trebbia a zejména Aukční salon výtvarníků Konta Bariery.

Aukční salon výtvarníků Konta Bariéry

Aukční salon výtvarníků pro Konta Bariéry je pravděpodobně jedna z nejznámějších charitativních akcí uměleckých děl a z nejvýznamnějších akcí svého druhu v České republice. Aukční salony jsou brány za kulturní a společenské události na vysoké úrovni.

Projekt Konto Bariéry nadace Charty 77 je velice známý a za své působení si vybudoval dosti zvučné jméno, což se projeví i na seznamu partnerů Aukčního salonu výtvarníků. Aukční večer se odehrává v prostorách Modré auly v pražském Karolinu, předaukční výstava v Křížové chodbě Karolina.

První aukční salon proběhl v roce 1993 a přispělo do něj 160 výtvarníků i sběratelů. V posledních letech počet autorů darujících svá díla přesáhl tři sta. Aukční salon Konta Bariéry je koncipován jako bienální, tj. uskutečňuje se jednou za dva roky, v měsíci listopadu (výstava) a prosinci (aukční večer). Na poslední, devátou, aukci přispělo svými díly 382 umělců, draženo bylo 440 uměleckých předmětů. Nejdražším draženým exponátem byl obraz od Zdenka Sýkory, který jeho nový majitel získal za 170 tisíc Kč.

Devátý Aukční salon výtvarníků dosáhl celkově výtěžku 3 535 659 Kč.[59] Kdyby se výnosy ze všem pořádaných Aukčních salonů Konta Bariéry sečetly dohromady, došli bychom k částce neuvěřitelných 32 134 076 Kč.[60]

Porovnáme-li to s Charitativní aukcí Máme otevřeno?, o. s., zjistíme, že tyto akce jsou na jiné úrovni. Částka, kterou Konto Bariéry vydělalo za nejdražší obraz, předčila celkový výnos z poslední Charitativní aukce Máme otevřeno?, o. s. To však neznamená, že by se příprava jednotlivých aukcí od sebe nějak výrazně lišila. S přípravami obou je třeba začít minimálně půl roku pře samotným aukčním večerem. Je třeba oslovit autory, nafotit umělecká díla, vytvořit katalogy a další formy propagace, zajistit prostory pro výstavu i aukci a hlavně získat sponzory a partnery. V tomto má Konto Bariéry nespornou výhodu – jeho řada aktivit a zasloužené renomé napomáhávají k získávání partnerů. Mezi ty mediální například patří deník MF Dnes, internetový portál iDnes.cz, rádio Český rozhlas či televizní stanice Z1. Z dalších partnerů je třeba vyzdvihnout Galerii Kodl či agenturu Ogilvy a mediálně známou osobnost, která si vezme daný ročník pod patronát a stane se jeho tváří.

Jak už jsem zmínila výše, Charitativní aukce občanského sdružení Máme otevřeno? a Aukční salon výtvarníků pro Konto Bariéry se liší v mnoha ohledech. Rozměry projektu jsou podřízeny mnoha faktorům. Jedním z nich jsou finanční prostředky, které jsou neziskové organizace na aukci schopny uvolnit, avšak jde také o vyjednávací schopnosti organizátorů těchto aukcí, kontakty, postavení neziskové organizace jako takové, které je spojeno s obeznámeností veřejnosti o aktivitách dané NO. V neposlední řadě by měly rozměry odpovídat duchu a atmosféře projektu. Aukční salon Konta Bariéry je koncipován velmi precizně, ve formálnějším stylu, kdežto Charitativní aukce - benefiční hra, třebaže je vedena stejně kvalitně, sází spíše na přátelskou uvolněnou atmosféru.

[59] *Konto BARIÉRY* [online]. 2009 [cit. 2010-04-07]. Výroční zpráva za rok 2008. Dostupné z WWW: <http://kontobariery.cz/kontobariery.cz/files/f7/f75c8820-d84d-4517-b459-24593e492ece.pdf>.

[60] *Konto BARIÉRY* [online]. c2004-2009 [cit. 2010-04-07]. Aukční salony výtvarníků. Dostupné z WWW: <http://www.kontobariery.cz/Projekty/Aukce.aspx>.

4.5. Zhodnocení projektu

Charitativní aukce - benefiční hra je zajímavým projektem občanského sdružení Máme otevřeno? mající jak své silné, tak i slabé stránky.

Pozitivně je třeba vyzdvihnout energii a nadšení, kterou do akce vkládají všichni ti, kdo se na ní podílí. Zejména jde o koordinátora tohoto projektu Vojtěcha Jágla a řadu dobrovolníků.

Pro občanské sdružení je jistě výhodou i lokalita, ve které se nachází. Máme otevřeno?, o. s., sídlí v Praze, v „centru dění“, kde je jednodušší dostat se k významnějším partnerům, kteří podpoří akci. Jedná se jak o dárce ze strany firem, tak i o umělce, jenž přispívají do aukce svým dílem. Na stranu druhou je však Praha město s velkou koncentrací neziskových organizací, které žádají o podporu na své projekty. Jak bylo zmíněno výše, v hlavním městě je možné dohledat několik NO, které organizují charitativní aukce uměleckých předmětů. V důsledku toho, je těžší získat podporu v podobě například nadnárodních firem zajímajících se o umění i udržet si platformu stálých dražitelů.

Jako silnou stránku je však třeba zmínit roční období pořádání Charitativní aukce Máme otevřeno?, o. s. Jelikož se tato aukce koná (respektive až do roku 2009 konala) v měsíci květnu, odtrhává se od klasické skupiny dobročinných uměleckých aukcí, které jsou většinou pořádány v čase kolem Vánoc. To znamená, že může na svoji stranu získat dražitele, kteří kdyby se v hektickém adventním čase museli rozhodovat mezi vícero aukcemi uměleckých předmětů, dali přednost spíše většímu projektu takovéhoto typu.

Občanské sdružení Máme otevřeno? při organizaci aukce dobře využívá spolupráce s dobrovolníky. Jasným pozitivem je také přátelská atmosféra aukčního večera a znatelný vývoj, kterým aukce prošla v průběhu ročníků.

Obstarání zvýhodněných „sociálních“ cen je prakticky nevyčíslitelnou výhodou. Bez finančního zvýhodnění by neziskové kulturní projekty nemohly vůbec vzniknout, protože by cena jejich organizace a přípravy několikanásobně přesáhla hodnotu získaných prostředků z projektu. Avšak v tomto aspektu by se Charitativní aukce mohla ještě určitě zlepšit.

Je však třeba brát v potaz fakt, že Charitativní aukce - benefiční hra není hlavním projektem občanského sdružení Máme otevřeno?, avšak že se jedná spíše o „vedlejší

produkt“, vedlejší fundraisingovou aktivitu, která má napomoci k navázání kontaktů s novými, zejména firemními, dárci, kteří budou sdružení dlouhodobě podporovat.

To znamená, že sdružení jistě nebude na pořádání Charitativní aukce vyčleňovat vysoké sumy peněz, které se dají jinde využít lépe.

Proto je třeba se zaměřit zejména na efektní formy propagace a zviditelnění, které nejsou zároveň finančně náročné. Jedná se hlavně o využití internetu – webových stránek a sociálních sítí.

Máme otevřeno?, o. s., má vystavěny jak vlastní internetové stránky na adrese www.mameotevreno.cz, tak i stránku na sociální síti Facebook. Oficiální stránky sdružení poskytují přehledné informace o Charitativní aukci, jsou zde k dohledání katalogy jednotlivých ročníků i shrnutí aukčních večerů. Stránky na sociální síti Facebook však žádné informace o Charitativní aukci nesdělují, což je škoda. Prosté zmínění, že sdružení takovýto projekt organizuje, například v záložce Programy, by jistě nebylo nadbytečné a mohlo by se dostat i k lidem, kteří by rozšířili řady dražitelů na Charitativní aukci.

Další možností je spolupráce s partnery skrze odkazy či bannery. Firma Marten, s. r. o., jež je hlavním partnerem občanského sdružení, na svých internetových stránkách nemá ani jednou zmíněno, že podporuje Máme otevřeno?, o. s. Prezentace loga případně s odkazem na webové stránky sdružení by jistě bylo výhodné pro obě strany. Společnost Marten, s. r. o., by prezentovala, že je společensky odpovědnou firmou, což může vést k posílení důvěryhodnosti u zákazníků a naopak občanské sdružení Máme otevřeno? by se mohlo dostat do povědomí osob, které využívají služeb firmy Marten, s. r. o., a dříve se o neziskové organizace třeba nezajímali. Avšak pravděpodobně tento druh prezentace partnerství neshledávají obě strany jako zajímavý či účelný.

Množství a portfolio dražitelů patří k slabším stránkám této benefiční aukce. Jak už bylo výše zmíněno, bylo by dobré zapracovat na propagaci. Způsoby propagace skrze vlastní webové stránky a sociální sítě se dají zařadit mezi aktivity, které může občanské sdružení obstarat svépomocí. Další možností prezentování projektu však již závisí dosti na kontaktech a schopnostech PRisty. Práce zkušeného PRisty by jistě projektu prospěla, ale dá se zvládnout i bez něho. Je třeba dobře vydefinovat cílového dárce-dražitele a zacílit kampaň zejména na něj. Proto by projektu prospělo rozšířit propagaci do více tištěných či internetových médií. Jedním z příkladů může být internetový

časopis Artalk.cz, který se zaměřuje na poskytování aktuálních informací ze světa výtvarného umění. Mimo jiné Artalk.cz také informuje o plánovaných aukcích.[61] Další možností je inzerce, v nejlepším případě za zvýhodněné ceny, v časopise Art & Antique, který je jedním z nejčtenějších a nejerudovanějších časopisů, jež se věnují oblasti výtvarného umění. Na uměleckou oblast se také zaměřuje například portál GaleryArt, kde je možné zdarma umístit pozvánku na aukci.[62] Z nevýtvarně založených médií lze zmínit kupříkladu periodikum Hospodářské noviny, vycházející v papírové i elektronické podobě, či MF DNES, kde jsou běžně k vidění pozvánka lákající na aukce i neziskového charakteru.

Aspekt kontaktů a financí je však v tomto ohledu nepopiratelně zásadní.

Hrozbou projektu pak může být množství konkurenčních benefičních aukcí uměleckých předmětů či opakování Charitativní aukce v příliš častých intervalech, které povede k přesycení dražitelů a snižování zájmu o takovéto akce. Jedná se o potenciální hrozbu, se kterou musí občanské sdružení při organizaci počítat a proto je dobře, že Máme otevřeno?, o. s., neopírá své fundraisingové aktivity pouze o tuto aukci, ale využívá ji jakožto doplňkový prostředek.

[61] *Artalk* [online]. 2010 [cit. 2010-04-21]. Aukce. Dostupné z WWW: <http://artalkweb.wordpress.com/?s=aukce >.

[62] GaleryArt [online]. 2010 [cit. 2010-04-21]. Aukce. Dostupné z WWW: <http://galeryart.wz.cz/ukaz.php?kat=10&nazev=Aukce>.

Závěr

Cílem této práce bylo představit pojem neziskový sektor a fundraising, metody a pravidla úspěšného fundraisingu a také možné zdroje finančních i nefinančních prostředků neziskových organizací. Následně byla provedena analýza uplatnění peněžních a nepeněžních zdrojů na konkrétním příkladu neziskové kulturní akce Charitativní aukci občanského sdružení Máme otevřeno? spojená s porovnáním zvýhodněných cen, které za služby platí nezisková organizace, s reálně účtovanými cenami za dané služby.

V teoretické části došlo k vydefinovaní pojmu neziskový sektor a rozlišení různých typů neziskových organizací se zaměřením na nestátní neziskové organizace. Dále byl definován pojem fundraising jakožto systematické činnost zahrnující způsoby získávání finančních i nefinančních prostředků k naplňování poslání neziskové organizace. Bez těchto prostředků, které plynou z veřejných zdrojů, z neveřejných zdrojů, ze samofinancování či z fondů Evropské unie, by žádná nezisková organizace nemohla realizovat své projekty a programy. Proto je třeba zamyslet se nad optimálním množstvím financí získávaných z jednotlivých zdrojů, stejně tak jako i nad poměrným zastoupením těchto zdrojů na celkových financích.

Při vícezdrojovém financování je tedy dobré řídit se určitými pravidly a zvolit si takové fundraisingové metody, které budou efektivně působit na získávání financí z jednotlivých zdrojů.

Praktická část práce je zaměřena na fungování občanského sdružení Máme otevřeno?, zejména na jeho projekt s názvem Charitativní aukce - benefiční hra.

Charitativní aukce občanského sdružení Máme otevřeno? se poprvé konala v roce 2005 a od té doby každoročně získává prodejem uměleckých děl finanční prostředky na realizaci poslání občanského sdružení. Na aukci je draženo přibližně 50 až 60 děl od cca padesáti více či méně známých umělců.

V úvodu práce jsem si zvolila hypotézu časové i organizační náročnosti takovéto aukce, která však nese své ovoce v podobě rozšíření povědomí o občanském sdružení Máme otevřeno?, které aukci pořádá.

Časová, organizační i finanční náročnost realizace takovéhoto projektu bezpochyby pravdivá je. Aukce se začíná připravovat více jak půl roku před jejím zahájením, s fundraisingovými aktivitami spjatými s aukcí se začíná ještě o něco dříve. Organizaci

má na starosti jen jedna osoba, Vojtěch Jágl, jež je hlavním koordinátorem Charitativní aukce. Kromě zajištění prostor, obeslání dopisů umělcům a komunikace s autory, má na starosti též propagaci. O fundraising Charitativní aukce se stará Eva Luhanová, která je i hlavní fundraiserkou celého občanského sdružení Máme otevřeno?

Druhá část mé hypotézy, o rozšíření povědomí občanského sdružení mezi lidmi, byla v práci vyvrácena. Pořádání Charitativní aukce Máme otevřeno?, o. s., však alespoň napomáhá k navázání spolupráce mezi sdružením a firmami. Tato spolupráce může být přenesena i na realizaci dalších projektů a kladně tak ovlivnit finanční či nefinanční rozpočty dalších projektů občanského sdružení.

Mým druhým předpokladem, vytyčeným v úvodu práce, byla vysoká obtížnost získat peněžní zdroje na pořádání neziskové kulturní akce typu charitativní aukce. Tato hypotéza byla shledána jako pravdivá. Pro akce neziskového typu je velmi těžké sehnat finanční podporu. Proto se na financování Charitativní aukce - benefiční hry podílejí zejména komerční partneři celého sdružení a následně až „jednotliví“ partneři daného projektu. Největší podíl peněz však pochází z veřejných zdrojů – od Ministerstva kultury ČR, Městské části Praha 1 a Magistrátu hlavního města Prahy. Spíše než peněžními zdroji jsou firmy ochotny přispět materiálním darem či službou.

Třetí hypotéza byla zaměřena na finanční zvýhodnění služeb poskytovaných občanskému sdružení. Z porovnání zvýhodněných cen s reálnými cenami účtovanými komerčním subjektům, respektive subjektům bez dobročinného prvku, vyplynulo, že kdyby občanské sdružení muselo platit plnou cenu, nikdy by si pořádání Charitativní aukce dovolit nemohlo. Největším zvýhodněním pro sdružení je bezplatné získání uměleckých děl, jelikož obrazy dražené na aukci dosahují celkové hodnoty kolem 400 tisíc Kč. Výhody „sociální“ ceny jsou patrné také na výši financí, které byly vloženy do propagace a pronájmu prostor. Nezanedbatelnou částku sdružení ušetřila také práce dobrovolníků.

Poslední ročník Charitativní aukce byl zatím nejslabší ze všech pořádaných ročníků - z pohledu získávání finančních zdrojů na pořádání akce, návštěvnosti i množství vydražených děl. Je otázkou času a pozorování, zda byl letošní výkyv způsoben finanční krizí či zda začíná být „trh“ přesycen množstvím benefičních aukcí, které jsou v poslední době pořádány.

Zdroje

Publikace

1. BOUKAL, Petr, VÁVROVÁ, Hana. *Ekonomika a financování neziskových organizací.* Praha: Oeconomica, 2007. 89 s. ISBN 978-80-245-1293-8.
2. SALAMON, Lester M.; ANHEIER, Helmut K. *Defining the nonprofit sector: a cross-national analysis*. 2nd ed. Manchester : Manchester University Press, 1997. 526 s. ISBN 0-7190-4901-6.
3. SOKOL, Jan. *Společnost jako komunikace*. 2002, In: DOHNALOVÁ, Marie; ANDERLE, Petr. *Občanský sektor: Úvahy a souvislosti*. Moravský Beroun: Moravská expedice, 2002. ISBN 80-86511-07-3.
4. REKTOŘÍK, Jaroslav a kol. *Organizace neziskového sektoru : Základy ekonomiky, teorie a řízení*. Vyd. 2. Praha : Ekopress, 2007. 187 s. ISBN 978-80-86929-25-5.
5. VOJÍK, Vladimír. *Podnikání v kultuře a umění – Arts management*. Praha: ASPI-Wolter Kluwer, 2008. 184 s. ISBN 978-80-7357-356-0.
6. LEDVINOVÁ, Jana, PEŠTA, Karel. Základy fundraisingu. ICN Praha, 1996. 141 s.
7. ŠEDIVÝ, Marek, MEDLÍKOVÁ, Olga. Úspěšná nezisková organizace. [s.l.] Praha: Grada Publishing, a. s., 2009. 160 s. ISBN 978-80-247-2707-3.

Internetové zdroje

1. *Portál veřejné správy České republiky* [online]. c2003-2010 [cit. 2010-03-11]. Neziskový sektor. Dostupné z WWW: <http://portal.gov.cz/wps/portal/_s.155/17214?ks=1582>.
2. LEDVINOVÁ, Jana. *Marketingjournal.cz* [online]. 2009. [cit. 2009-11-16]. Fundraising. Dostupný z WWW: <http://www.m-journal.cz/cs/public-relations/sponzoring-fundraising/fundraising__s387x5077.html>.
3. KAISER, Michael. *Twenty Rules for Fund Raising Success* [online]. 2008. [cit. 2010-02-16]. Dostupný z WWW: <www.institutumeni.cz/res/data/006/000774.doc>.
4. ŠKARABELOVÁ, Simona. *Seminář Fundraising a řízení lidských zdrojů* [online]. 19. - 20. června 2002 [cit. 2009-11-16]. Dostupný z WWW: <www.econ.muni.cz/~simona/skola/ns/fundraising.doc>.
5. ŽENÍŠEK, Karel. Seminář Základní metody fundraisingu [online]. Salesiánská provincie Praha – Kobylisy 23.4.2003 [cit. 2009-11-16]. Dostupný z WWW: <http://mladez.sdb.cz/materialy-ke-stazeni/knihovna/?cmd=download&downloadID=81>.
6. EDWARD Deborah. *Informační a servisní centrum pro neziskové organizace: Metody fundraisingu v České republice léto 2008* [online]. 2008 [cit. 2009-11-17]. Dostupný z WWW: <http://www.neziskovky.cz/Files/Soubory/ICN/metodyFR_2008_predbezna_zprava.pdf>.

7. *Neziskovky.cz* [online]. c2008 [cit. 2010-03-11]. Grantový kalendář Neziskovky.cz. Dostupné z WWW: <http://neziskovky.cz/cz/infosluzby/grantovy-kalendar/77.html>.

8. *Fórum dárců* [online]. 2008 [cit. 2010-03-10]. DMS letos získaly téměř 15 milionů korun. Dostupné z WWW: <www.darcovskasms.cz/press_docs/26_09_08TZ1222417522.pdf>.

9. *Dárcovská SMS* [online]. 2010 [cit. 2010-05-05]. Přehled projektů. Dostupné z WWW: <http://www.darcovskasms.cz/projekty/prehled-projektu.html>.

10. *Econnect – informační servis pro NNO* [online]. 2005 [cit. 2010-03-10]. On-line fundraising: Rozhovor s prezidentem ePhilantropy Foundation Tedem Hartem Dostupné z WWW: <http://nno.ecn.cz/index.stm?x=221600>.

11. *Econnect - Informační servis pro NNO* [online]. 2005 [cit. 2010-03-12]. Bezpečnostní hlediska on-line plateb. Dostupné z WWW: <http://nno.ecn.cz/index.stm?apc=nN1x1--&x=219524>.

12. KROUPA, Jan. *České centrum fundraisingu : Fundraising.cz* [online]. 2005 [cit. 2010-03-12]. Riskantní podnik. Dostupné z WWW: <http://www.fundraising.cz/clanky-komentare-rozhovory/clanky-komentare-rozhovory/individualni-darci/riskantni-podnik>.

13. *Vláda České republiky* [online]. 2009 [cit. 2010-03-11]. Rada vlády pro nestátní neziskové organizace . Dostupné z WWW: <http://www.vlada.cz/cz/ppov/rnno/zakladni-informace-767/>.

14. *Vláda České republiky* [online]. 2009 [cit. 2010-03-11]. Usnesení vlády ČR ze dne 13. července 2009 č. 885. Dostupné z WWW: <http://kormoran.vlada.cz/usneseni/usneseni_webtest.nsf/0/8E39092569FEDECAC12575EF003A623E/$FILE/885%20p%C5%99%C3%ADloha%20w090713a.0885.pdf>.

15. *Vláda České republiky* [online]. 2010 [cit. 2010-03-11]. Usnesení vlády ČR ze dne 1. února 2010 č. 92. Dostupné z WWW: <http://www.vlada.cz/assets/clenove-vlady/ministri-pri-uradu-vlady/michael-kocab/news/program_RVNNO_03_04_2010_priloha_3b.pdf>.

16. *Informační a servisní centrum pro neziskové organizace:* [online]. 2003 [cit. 2009-11-16]. Současný stav fundraisingu v neziskových organizacích Dostupné z WWW: <http://www.neziskovky.cz/Files/Soubory/neziskovy_sektor_CR/vyzkum_FR_Spiralis.pdf>.

17. TRNKOVÁ, Jana. *Společenská odpovědnost firem - kompletní průvodce tématem & závěry z průzkumu v ČR*. Praha: Business Leader Forum 2004. Dostupné z WWW:<http://www.blf.cz/csr/cz/vyzkum.pdf>.

18. N*estátní neziskové organizace v programovém období 2007–2013: aktuální stav čerpání nestátních neziskových organizací* [online]. 2009 [cit. 2010-03-11]. Dostupné z WWW: <http://evropskyrok.vlada.cz/assets/ppov/rnno/vybor-pro-eu/2008/zapis_V-EU_12_02_2009_priloha_2.pdf>.

19. *Euroskop.cz* [online]. c2005-0 [cit. 2010-05-05]. Komunitární programy. Dostupné z WWW: <http://www.euroskop.cz/8644/sekce/prehled-hlavnich-komunitarnich-programu/>.

20. *Blokový grant pro NNO* [online]. c2010 [cit. 2010-05-05]. Popis programu. Dostupné z WWW: <http://www.blokovygrant.cz/o-programu/popis/>.

21. *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Výroční zpráva Máme otevřeno?, o. s. za rok 2008. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/7a31c1d3/VZ08_MO.pdf >.

22. *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. 2009 [cit. 2010-03-11]. Seznam občanských sdružení. Dostupné z WWW: <http://aplikace.mvcr.cz/rady/sdruzeni/index.html>.

23. *Neziskovky.cz* [online]. 2004 [cit. 2010-03-19]. Právní forma neziskovky šitá na míru (rozdíly mezi OS a OPS). Dostupné z WWW: <http://neziskovky.cz/cz/fakta/legislativa/navody/1400.html>.

24. *Fundraising: prezentace k přednášce paní Ing. Jitky Lukešové*. [online]. 2004 [cit. 2010-03-11]. Dostupné z WWW: <nb.vse.cz/~lukesova/PE_415_5_05.ppt>.

25. *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Pošlete DMS. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/html/index.php?s1=2&s2=4>.

26. *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. *Výroční zpráva Máme otevřeno?, o. s. za rok 2005*. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/76379d86/maketa-VZ05.pdf>.

27. *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Podzimní kafemletí. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/html/index.php?s1=1&s2=12&PHPSESSID=97f9da112689e0a1a9a079b8607a6ff1>.

28. *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2010 [cit. 2010-04-01]. Naši sponzoři a dárci. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/html/index.php?s1=2&s2=10>.

29. *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2008 [cit. 2010-03-19]. Manuál pro sponzory a dárce. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/prilohy/8c77d1de/Firemni%20darcovstvi%20a%20sponzoring.pdf >.

30. *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Charitativní aukce. Dostupné z WWW: < http://www.mameotevreno.cz/html/index.php?s1=1&s2=15>.

31. *Občanské sdružení - Máme otevřeno?* [online]. 2009 [cit. 2010-04-01]. Výroční zprávy. Dostupné z WWW: <http://www.mameotevreno.cz/html/index.php?s1=4&s2=6&PHPSESSID=5aa03b65c5e098df348e93213d292330>.

32. *Leopardo - kreativní a reklamní agentura* [online]. c2009 [cit. 2010-03-19]. Ceník rozhlasové reklamy. Dostupné z WWW: <http://www.leopardo.cz/>.

33. *Marketing & Media* [online]. 2004 [cit. 2010-04-07]. Rádiové spoty na běžícím pásu. Dostupné z WWW: <http://mam.ihned.cz/c4-10102280-14187780-100000_d>.

34. *Český rozhlas - Regina* [online]. c2000-2010 [cit. 2010-04-07]. Ceník vysílání reklamy. Dostupné z WWW: <http://www.rozhlas.cz/regina/reklama/_zprava/272072>.

35. *Týdeník EURO* [online]. 2009 [cit. 2010-04-07]. Ceník inzerce týdeníku EURO. Dostupné z WWW: <http://www.euro.cz/id/81p10p0jbe/servlets/cz.acron.euro.servlet.DownloadBinaryDoc/19677/10/Cen%C3%ADk%20inzerce%20t%C3%BDden%C3%ADku%20EURO.pdf>.

36. *Licitatori.cz* [online]. c2002 [cit. 2010-04-08]. Odměna licitátora - smlouvy. Dostupné z WWW: <http://www.licitatori.cz/index1.php?volba=21>.

37. *Konto BARIÉRY* [online]. 2009 [cit. 2010-04-07]. Výroční zpráva za rok 2008. Dostupné z WWW: <http://kontobariery.cz/kontobariery.cz/files/f7/f75c8820-d84d-4517-b459-24593e492ece.pdf>.

38. *Konto BARIÉRY* [online]. c2004-2009 [cit. 2010-04-07]. Aukční salony výtvarníků. Dostupné z WWW: <http://www.kontobariery.cz/Projekty/Aukce.aspx>.

39. *Artalk* [online]. 2010 [cit. 2010-04-21]. Aukce. Dostupné z WWW: <http://artalkweb.wordpress.com/?s=aukce>.

40. GaleryArt [online]. 2010 [cit. 2010-04-21]. Aukce. Dostupné z WWW: <http://galeryart.wz.cz/ukaz.php?kat=10&nazev=Aukce>.

Právní předpisy

1. Zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů
2. Zákon č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech
3. Zákon č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech
4. Zákon č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností
5. Zákon č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách
6. Zákon č. 586/1992 Sb., o dani z příjmu

Další zdroje

Konzultace s koordinátorem Charitativní aukce Máme otevřeno?, o. s., Vojtěchem Jáglem

Konzultace s fundraiserkou Charitativní aukce Máme otevřeno?, o. s., Evou Luhanovou

Přílohy

Seznam příloh

Příloha č. 1 – Michael Kaiser **–** 20 pravidel úspěšného fundraisingu

Příloha č. 2 – Rozpočet Charitativní aukce

Příloha č. 3 – Pozvánky na IV. a V. ročník Charitativní aukce

Příloha č. 4 – Stránka z katalogu Charitativní aukce Máme otevřeno?, o. s.

Příloha č. 5 – Vzhled katalogů (přední strana)

Příloha č. 6 – Ukázka děl dražených na Charitativních aukcích Máme otevřeno?, o. s.