

Rada vlády pro nestátní neziskové organizace

STUDIE

Název:

„Analýza individuálního dárcovství v nestátních neziskových organizacích“

Autoři:

Pavol Frič a Martin Vávra

V Praze, červen 2017

(Text neprošel jazykovou úpravou.)

„Společnost chce znovu nalézt základní sociální buňku. Vyhledává jednotlivce, uvádí ho do zvláštního duševního stavu, v kterém se mísí vědomí vlastních práv a další, ryzejší city; smysl pro dobročinnost, sociální péči, pro solidaritu. Jako dávno zapomenutý ústřední motiv se vrací téma daru, dobrovolnosti a povinnosti dávat, téma štědrosti a zájmu obdarovávat.“

„Nestačí však tuto skutečnost konstatovat, je třeba z ní vyvodit určité praktické závěry, morální zásadu“

„Pakliže tak učiníme, vrátíme se podle našeho názoru k trvalému základu práva, k samému principu normálního sociálního života“

Marcel Mauss (Esej o daru)

OBSAH

I. Souhrn poznatků z literatury a empirických výzkumů

II. Metodologie

III. Výsledky statistické analýzy dat

1. Role, kterou hraje Individuální dárcovství v rozpočtu NNO
2. Postoje, které NNO zauímají k individuálnímu dárcovství
3. Dary pro NNO
4. Profil okruhu dárců NNO
5. Formy a techniky individuálního dárcovství, které NNO využívají
6. Práce NNO s okruhem dárců

IV. Interpretace získaných dat

V. Závěry

Literatura

Příloha 1. Dotazník

Příloha 2. Frekvenční tabulky

Příloha 3. Financování NNO

I. Souhrn poznatků z literatury a empirických výzkumů

1.1. Úvodní poznámky

Mezi základní principy státní politiky vůči nestátním neziskovým organizacím (NNO) patří podpora dobrovolnictví a dárcovství jako projevu občanské participace na věcech veřejných. Státní politika vůči nestátním neziskovým organizacím na léta 2015 – 2020 uvádí, že vláda si je vědoma důležitosti soukromého dárcovství a filantropie ve prospěch NNO jako významného faktoru v oblasti soudržnosti a solidarity ve společnosti a bude jej nadále podporovat rozumnými opatřeními.

Vycházejíc vstříc výše uvedeným principům podpory NNO v oblasti dárcovství se Rada vlády pro nestátní neziskové organizace (RVNNO) rozhodla zadat zpracování analýzy současného stavu individuálního dárcovství v NNO, která bude sloužit jako podklad pro tvorbu legislativní podpory individuálního dárcovství.

Jedním z cílů této studie je přispět ke koncepčnímu uchopení problematiky individuálního dárcovství z hlediska strategického rozvoje NNO, které v současných moderních společnostech představují nejvýznamnější organizační (institucionální) kontext individuálního dárcovství. Obsahově má studie především empirický charakter. Zaměřuje se na prezentaci empirických zjištění pocházejících z vlastního výzkumu individuálního dárcovství v NNO. Výzkum se týkal potřeb, schopností a postojů NNO ohledně individuálního dárcovství. Jeho hlavním cílem bylo na empirických datech ověřit praxi (význam, rozsah, strukturu, dynamiku, techniky a kvalitu) a potenciál využívání tohoto zdroje v českých NNO a připravit tak poznatkovou bázi pro jeho hodnověrnou evaluaci, z níž by měla vycházet „evidence based policy“, která bude zacílená na podporu NNO v oblasti dárcovství.

Předkládanou studii tedy na jedné straně chápeme jako koncepční příspěvek k evaluaci individuálního dárcovství a na straně druhé představuje i výsledek praktické implementace zvoleného evaluačního postupu.

1.2. Definice

Stejně tak jako jiné organizace i NNO jsou závislé na zdrojích (Froelich 1999). Tyto organizace v zásadě získávají prostředky ze tří zdrojů: 1. soukromých darů, 2. veřejných rozpočtů a 3. vlastních aktivit. Individuální dárcovství spadá do první kategorie, která se obvykle zařazuje pod oblast filantropie a jejíž součástí jsou také příjmy od soukromých nadací a firemních (korporačních) dárců.

Filantropie a s ní i fenomén individuálního dárcovství jako soukromé aktivity zaměřené na veřejný prospěch (Payton 1988) je předmětem akademického výzkumu již poměrně dlouhý čas. V různých výzkumech a studiích se můžeme setkat s jeho definicí¹ ale ustálená a obecně sdílená definice dárcovství zatím neexistuje. Je tomu tak i proto, že jeho význam se jeví jako zcela zřejmý a nezpochybnitelný. Nicméně jde o jev velmi komplexní a v jeho chápání často dochází k významovým posunům podle toho, na kterou část tohoto jevu se konkrétní výzkum zaměřil. V zásadě je potřeba rozlišovat mezi formálním a neformálním dárcovstvím. V prvním případě dárci své příspěvky věnují formálně registrované neziskové organizaci, která je využívá k dosahování charitativních či veřejně prospěšných cílů dle určitých pravidel. Ve druhém případě jsou příjemci darů obdarováváni přímo, bez intervence NNO. V naší studii budeme analyzovat jen formální dárcovství.

Proto, abychom zabránili případnému nedorozumění, navazujíc na obecnější definici filantropie od Roberta Paytona (1988)², definujeme v této studii individuální dárcovství jako poskytování dobrovolných věcných či finančních příspěvků neziskovým organizacím jednotlivými občany na charitativní či veřejně prospěšné účely bez očekávání zpětného plnění³. Jak vidno individuální dárci mohou NNO přispívat jak věcnými, tak finančními dary. Dále však budeme mluvit výhradně o finančních darech, resp. o dárcovství peněz.

¹ Např. ve správě z výzkumu dárcovství v Singapuru byla použita následující obecná definice dárcovství: „Dobrovolné dávání peněz na pomoc druhým mimo okruh vlastní domácnosti, příbuzných a přátel (Individual Giving Survey 2017: 18).

² „Filantropie je dobrovolná akce ve prospěch veřejného blaha“ (Payton and Moody 1988: 6).

³ Tato definice neřeší, jestli obdarovaná NNO případně použije prostředky i na pomoc příbuzných či přátel dárců. Ani v našem výzkumu, o němž bude řeč níže, nehraje tato otázka žádnou roli.

1.3. Význam individuálního dárcovství

Filantropie a altruismus jsou považovány za základ existence společnosti a indikátor dobrých mezilidských vztahů vypovídajících o kvalitě života v dané zemi. Rozvoj filantropie je v současnosti jedním z hlavních modernizačních proudů, který má současným společností navrátit tradiční pozitivní hodnotové orientace a vymanit je z bezduchého konzumerismu, jenž ohrožuje jejich trvalou udržitelnost. V české společnosti se tento modernizační trend prosazuje ve ztížených podmínkách daných její socialistickou minulostí poznačenou totalitním režimem vlády jedné strany.

Za socialismu ideologie vládnoucí komunistické strany zesměšňovala hodnoty filantropie a altruismu jako příklady špatného svědomí a pokrytectví kapitalistů, kteří si za almužnu alespoň dočasně kupují sociální smír (Frič, Pospíšilová 2010). Filantropie byla české veřejnosti prezentována jako pouhá zástěrka pravých, vykořisťovatelských úmyslů buržoasní třídy. Na druhé straně bývalý režim jako náhradu za „pokryteckou kapitalistickou filantropii“ vnucoval občanům tzv. proletářskou solidaritu, kterou občané projevovali mandatorním dárcovstvím, tj. formou vynucovaného placení známek solidarity či členských příspěvků v organizacích, jako byly Svaz Československo-sovětského přátelství nebo Revoluční odborové hnutí. Právě režimem podporovaný model mandatorního dárcovství zanechal ve vědomí občanů negativní asociace spojované s organizovaným dárcovstvím.

Ani po roce 1989 však hodnoty filantropie nebyly zcela jednoznačně a široce vnímány jako nezbytná součást morálního základu rozvoje moderní společnosti. Až příliš často byla a je hodnota individuálního dárcovství spojována s představou jakéhosi doplňku či vynucené náhražky kolabující intervence státu do řešení sociálních problémů. Význam dárcovství je v tomto smyslu jen reziduální, odvozený od dominantního působení welfare státu. Jeho emancipační význam (osvobozený od závislosti na státu), který v dárcovství vidí především ničím nenahraditelný a důležitý způsob přetváření současné společnosti na lepší místo k životu se šíří jen těžce a pomalu. Např. v r. 2000 žilo v ČR až čtyři pětiny dospělých obyvatel v přesvědčení, že kdyby se stát choval zodpovědněji, individuální dárcovství bychom vůbec nepotřebovali (Frič a kol. 2001: 58).

Představa, že dárcovství pomáhá jen tam, kde stát selhává, je značně rozšířená adlouhodobě konkuruje roli filantropie jako osobitého sociálního aktéra moderní společnosti, který významně promlouvá do věcí veřejných. Nasvědčuje tomu zjištění výzkumu, který byl proveden r. 2009, v němž 45% z 319 dotázaných občanů vyjádřilo souhlas s výrokem, že „o lidi, kteří potřebují pomoc, se má postarat stát, na to přece platíme daně“ (Hladká, Šinkyříková 2009: 10). V aktuálním výzkumu, který pro organizaci Člověk v tísni provedla agentura Median, až čtyři pětiny z více než tisícovky dotázaných uvedlo, že na dobročinné účely by měl prostředky věnovat především stát (ČVT 2017: 7).

Reziduální pohled na individuální dárcovství nedovoluje rozeznat jeho zásadní význam pro moderní společnost jako pilíře sociální soudržnosti, morální opory žádoucích společenských změn a zdroje legitimacy demokracie, která není jen politickým, ale i kulturním fenoménem (Payton, Moody 2008: 157). Bez filantropie by moderní společnost nemohla existovat, protože jak říká italský sociolog Pierpaolo Donati, nezištně věnovaný dar je motorem sociálních vztahů (Donati 2003) a praxe dávání darů v současné společnosti nás významně odlišuje od společností předcházejících (tradičních a archaických).

Po více než čtvrt století, kdy si česká populace mohla na svoji dárcovskou roli zvyknout a seznámit se s jejím emancipačním významem, bychom mohli očekávat spíše expanzi individuálního dárcovství. Bohužel i navzdory dobrému mediálnímu obrazu filantropie v ČR, získaná data indikují spíše dlouhodobě sestupnou tendenci v míře individuálního dárcovství. Dokazují to měření prováděná Gallup's World View World Poll v rámci Světového indexu dárcovství (WGI) v období posledních sedmi let (viz Tab. 1). Ve středoevropském kontextu lze říci, že zatímco v ČR podíl dárců nadále klesá, v Polsku a Maďarsku se situace spíše stabilizuje a na Slovensku podíl dárců dokonce stoupá. Navíc její pozice v mezinárodním srovnání ukazuje spíše na nízký podíl individuálních dárců v dospělé populaci (viz Tab. 2).

Tab. 1 Vývoj podílu občanů, kteří darovali peníze na dobročinné účely nějaké občanské organizaci za poslední měsíc ve Visegrádských zemích

%	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Česká republika	31	29	27	22	21	20	23	18
Maďarsko	22	20	26	21	24	20	16	17
Polsko	42	39	28	32	21	29	26	27
Slovensko	29	25	37	33	30	23	23	30

Zdroj: WGI 2010 - 2017, Gallup's World View World Poll, N=1000 per country.

Podle údajů Českého statistického úřadu počet individuálních fyzických dárců i finanční objem jejich darů od r. 2000 roste (i když v r. 2008 došlo k významnému poklesu jak dárců, tak celkové darované částky). Vypovídací schopnost těchto dat však znehodnocuje fakt, že Český statistický úřad sleduje jen ty dárcy, kteří si své dary odepsali z daně. A dary si z daní odepisuje jen relativně malá část individuálních dárců, jejichž dar přesahuje hodnotu 1000 Kč. Konkrétně v r. 2004 to bylo 18% (STEM 2004), v r. 2011 a 2017 to bylo už jen 13% (Řežuchová 2011: 12, ČVT 2017: 26).

1.4. Manažerská a misionářská perspektiva

Význam individuálního dárcovství pro NNO lze nahlížet ze dvou základních perspektiv. Za prvé, je to manažerská perspektiva, která vychází z ideálu vícezdrojového financování NNO. Tento ideální stav byl zbudován na principech teorie závislosti na zdrojích (Eikenberry, Kluver 2004, Froelich 1999, Kerlin a Pollak 2011), která předpokládá, že každá organizace je závislá na zdrojích. Aby byla schopna tuto závislost manažersky zvládnout měla by zdroje diverzifikovat (Mitchell 2012). Teorie závislosti na zdrojích říká, že největším prohrěškem NNO proti pravidlům efektivního využívání zdrojů je spoléhat se jen na jeden zdroj (Foster and Meinhard 2000). Diverzifikace zdrojů pomáhá těmto organizacím snižovat riziko přílišné kolísavosti příjmů (Carroll, Stater 2009) a zlepšuje finanční stabilitu organizace.

Orientace NNO na individuální dárcovství oslabuje dominanci veřejných či komerčních zdrojů v jejich financování a umožňuje jim vybalancovat zdrojový mix. Úsilí o dosažení diverzifikovaného a vyváženého zdrojového mixu NNO je považováno za vhodnou strategii kontroly zdrojů a dlouhodobé udržitelnosti NNO. Každý zdroj má své výhody, ale i nevýhody, které mohou být kompenzovány právě výhodami ostatních zdrojů. Bohužel relevantní statistické údaje o vývoji podílu jednotlivých zdrojů financování NNO v ČR nejsou k dispozici.

Druhá, tzv. misionářská perspektiva vidí v individuálním dárcovství „svatý grál“ financování NNO. Proti pragmatické a „nebezpečné“ závislosti na státu či komerci staví hodnotově žádoucí závislost na občanech. Jedině ta NNO, která je financována pouze z darů může být považována za ideální, resp. „čistou“ neziskovou organizaci (Weisbrod 1998). Viděno z této

perspektivy, závislost NNO na dárcích je v dobrém souladu s misí těchto organizací sloužit občanům a veřejnému zájmu. Dárcovství zároveň posiluje spjatost NNO s lokálními komunitami. Škodlivost závislosti NNO na veřejných či komerčních zdrojích plyne z toho, že jejich využívání ohrožuje sektorovou identitu NNO. Financování NNO z těchto zdrojů předpokládá jejich přizpůsobivost k pravidlům a vzorcům chování, která jsou typická pro veřejný a komerční sektor a vytváří tendenci k hybridizaci NNO a odklonu od jejich původního poslání.⁴ Vysoká závislost NNO na státu či komerci, sice může vést ke kvalitnějšímu poskytování služeb, ale nese sebou hrozbu ztráty jejich legitimacy jako skutečně občanských organizací.⁵

Naopak individuální dárcovství podporuje image NNO jako legitimní, na státu nezávislé součásti občanské společnosti. Soukromé individuální dary nejen že pro NNO znamenají příjem, ale také indikují podporu pro její misi ve společnosti a dodávají jí legitimitu reprezentanta veřejného zájmu (Gronbjerg K. 1993. A nejde jen o reputaci filantropickou, ale i reputaci NNO jako škol demokracie (Tocqueville 1992), tj. jako organizací, které jsou otevřeny participaci občanů na řešení věcí veřejných a v průběhu této participace realizují svoji misi učit občany k demokracii.

Skrze dárcovství mohou občané projevit svoji participaci na veřejném dění. Svými filantropickými aktivitami občané podporují NNO a zároveň vytvářejí a definují veřejný zájem: „... *filantropie hraje podstatnou roli při definování, obhajobě a dosahování veřejného zájmu. Filantropické aktivity představují klíčovou součást průběžného vyjednávání o tom, co je a co není veřejný zájem a jak ho co nejlépe dosáhnout*“ (Payton, Moody 2008: 156). Schopnost NNO filantropické aktivity organizovat a zapojovat do nich občany se jeví jako

⁴Závislost na státu, tj. čerpání prostředků z veřejných zdrojů podporuje tzv. institucionální zakořeňování NNO (Haddad 2006: 1223). Jestli chtějí NNO od veřejné správy získávat prostředky na svoji činnost, musejí se zakořenit do jejich prostředí a adaptovat se na standardy diktované režimem fungování institucí veřejné správy (Freise 2012, Salamon 2015, Weisbrod 1998). Tím pádem se více byrokratizují, stoupají jejich náklady na režii, ztrácejí komparativní výhody organizací neziskového sektoru (pružnost, inovativnost) a lze u nich pozorovat konjunkturální tendenci přecházet na témata, která aktuálně zajímají veřejnou správu (Fioramonti and Heinrich 2007, Kolektiv autorů 2009, Škarabelová, Janoušková, Veselý 2009). Obdobně je tomu v případě závislosti NNO na komerčních aktivitách (Salamon 2015). Kromě osvobodování NNO ze závislosti na státu, zvyšování efektivity, flexibility, inovativnosti a finanční stability, vnáší komercializace do života NNO i napětí mezi tržními imperativy a nekomerčním, altruistickým statutem těchto organizací. Komercializace je obviňována z podvracení participace občanů na aktivitách NNO (Eikenberry a Kluver 2004) protože vede tyto organizace k vyhledávání ziskových aktivit a k zanedbávání těch neziskových, na kterých mohou občané participovat.

⁵I zde totiž platí pravidlo organizačního izomorfismu: čím více je organizace závislá na jiné organizaci, tím více se jí podobá (DiMaggio and Powell 1983).

jejich klíčová kompetence s přesahem do oblasti veřejné politiky. Bohužel situace z hlediska míry individuálního dárcovství není v ČR povzbuzující. Dle indexu WGI se Česko už delší čas nachází na spodních příčkách individuálního dárcovství sestaveného z evropských zemí (WGI 2017).

Tab. 2 Podíl občanů, kteří v roce 2017 darovali peníze na charitu nějaké občanské organizaci za poslední měsíc –srovnání vybraných evropských zemí

%	2017
Velká Británie	64
Nizozemsko	64
Švédsko	55
Německo	55
Dánsko	54
Luxembursko	48
Rakousko	48
Finsko	37
Belgie	34
Španělsko	33
Slovinsko	32
Itálie	30
Francie	30
Chorvatsko	28
Rumunsko	24
Estonsko	22
Lotyšsko	20
Česká republika	18
Portugalsko	14
Řecko	10

Zdroj: WGI, Gallup's World View World Poll, N=1000 per country.

Financování NNO formou individuálního dárcovství je v dobrém souladu také s tzv. romantickým ideálem těchto organizací, který je velmi rozšířený i v ČR (Frič ed. 2016). Podle Emmetta Carsona (2002) tento romantický ideál má daleko od manažerského pohledu na NNO a vidí je jako dobročinné, spontánní sdružení občanů, která vyvíjejí skromné lokální aktivity a přežívají díky malým individuálním darům. Příjmy z individuálního dárcovství tak podporují pozitivní, charitativní image NNO v očích široké veřejnosti a zajišťují jim potřebnou popularitu a důvěryhodnost. Z tohoto „romantického“ pohledu, příjmů NNO z individuálního dárcovství nemůže být nikdy dost.

Zdá se však, že v posledních letech nedopadá konfrontace NNO s jejich romantickým ideálem v očích české veřejnosti příliš dobře. Image českých NNO je poškozován veřejnou

kritikou jejich orientace na čerpání zdrojů z veřejných rozpočtů a šířením nálepek typu „vyžírky“ či „pijavice na státním rozpočtu“ i ze strany některých nejvyšších politických představitelů (Frič ed. 2016). Důvěryhodnost NNO v očích české veřejnosti klesá. Z reprezentativního výzkumu agentury STEM z r. 2015 (provedeném na vzorku 1071 respondentů) dokonce plyne, že většina občanů se domnívá, že NNO často zneužívají svěřené prostředky. Důležitost individuálního dárcovství jako fenoménu legitimizujícího působení NNO ve společnosti je v tomto kontextu pro tyto organizace životně důležitá. Pro návrat dominance filantropického či charitativního image NNO ve veřejném prostoru (Frič a kol. 2001) je rozvoj individuálního dárcovství v podstatě jediná cesta, která NNO zbývá, jestliže se nechtějí stát součástí veřejné správy, anebo se transformovat na komerční firmy.

1.5. Úskalí individuálního dárcovství

Zatímco manažerská perspektiva financování NNO je kritizována pro její přílišný pragmatismus, který se neohlíží na specifika neziskového sektoru, misionářská perspektiva je obviňována z přílišného romantizmu. Zastánci manažerského pohledu upozorňují, že fundraisingová strategie typu „čím více individuálního dárcovství, tím lépe“, má také svá úskalí. S výjimkou pravidelného dárcovství, příjmy z individuálního dárcovství nelze přesně naplánovat. Jejich volatilita v čase je poměrně vysoká. Stačí si vzpomenout na vlnu charitativního entuziasmu, kterou v České republice rozpoutaly katastrofální záplavy v r. 1997. V té době přispěl na charitu finančním darem každý třetí občan ČR (Frič et al. 2001). Pak tato vlna postupně opadala a zvedala se dle výskytu událostí vyvolávajících altruistické emoce.

Volatilitu⁶ individuálního dárcovství dobře dokumentuje Tab. č. 3. Nepředvídatelnost a nestabilita finančních prostředků plynoucích z individuálních darů vnáší do financování NNO nejistotu, která klade vyšší nároky na jejich řízení (Froelich 1999, Gronbjerg 1993). Na druhé straně, tento zdroj neposkytuje ani jasnou záruku flexibility rozhodování, jak by se dalo čekat. Individuální dary nemohou NNO použít vždy dle svého uvážení. Velcí či hlavní dárci

⁶ Samozřejmě jsme si vědomi, že k naměřeným výkyvům podílu individuálních dárců v populaci ČR významně přispívají i metodologické diference mezi jednotlivými výzkumy, z jejichž výsledků je obraz tohoto jevu v tabulce č. 2 poskládán. Nicméně ty výkyvy jsou skutečně veliké a pro fenomén individuálního dárcovství mají svoji ilustrativní hodnotu.

(major donors)si často kladou podmínky pro použití svých darů a omezují tak možnosti rozhodování NNO.

Tab. 3 Podíl individuálních dárců na populaci ČR dle různých výzkumných organizací

	2000	2003	2004	2005	2008	2009	2010	2011	2012
MEDIAN	-	-	-	-	-	-	50	-	-
STEM / MARK	43	-	47	-	-	-	-	-	54
CVVM	-	31	-	44	-	-	-	-	-
VHD	-	-	-	-	-	30	-	-	-
CESES	-	-	-	-	28	-	-	-	-
GfK Verein	-	-	-	-	-	-	-	20	-

Zdroj: MEDIAN, STEM, CVVM, Frič, Pospíšilová VHD, CESES a GfK Verein.

V neziskovém sektoru se občas na pozadí misionářské perspektivy trpce žertuje na účet evropských grantů kvůli jejich náročné byrokracii, která pohlcuje energii NNO, jež by mohly věnovat svému pravému poslání. Říká se, že horší než ucházet se o granty EU je už jen jedna věc a tou je grant od EU získat.⁷ Nicméně ohrožení původní mise NNO může přicházet i ze strany individuálního dárcovství. Jak upozorňuje Froelich (1999) děje se tak hned ve dvou případech. Ve snaze získat sympatie velkého množství malých dárců NNO upravují své programové priority tak, aby lépe vyhovovaly emocionálnímu založení masy dárců a jejich aktuálním náladám. NNO své aktivity přesunují do těch oblastí, které u dárců vzbuzují větší emoce. S orientací NNO na emocionální altruismus (Frič et. al 2001) mas roste pravděpodobnost, že NNO dokážou mobilizovat k dárcovské aktivitě větší počet občanů.

V literatuře se jev modifikace cílů NNO v zájmu saturace přispěvatelů označuje jako „mission bending“, „mission displacement“nebo také „goals displacement“ (Gronbjerg 1993, Foster and Meinhard 2000). Do podobné situace, ale z jiných důvodů, se NNO dostávají i v případě, že se orientují spíše na menší počet velkých (hlavních) dárců, kteří velikostí svých darů v rozpočtu NNO dominují a díky své silné pozici mohou ovlivňovat jejich programové zaměření. Navíc vyhledávání velkých dárců ovlivňuje výběr členů správních rad NNO podle kritéria jejich zapojení do přátelských sítí, v nichž se další potenciální velcí dárci mohou vyskytovat (Froelich 1999: 250). Hrozbu odklonu organizace od původního poslání představuje i skutečnost, že komunikace s velkým počtem dárců vyžaduje zapojení profesionálního štábu lidí a značné finanční investice nebo úsilí většího počtu dobrovolníků,

⁷ Bohužel je potřeba dodat, že situaci čerpání evropských fondů dramaticky komplikuje hlavně zprostředkovatelská role ministerstev na české straně.

což znamená, že NNO musí soustředit více své pozornosti na samotný fundraising, než na životní funkce, kvůli, kterým vznikla (Froelich 1999: 250).

1.6. Kvalita dárcovského okruhu NNO

NNO představují důležitý kontext individuálního dárcovství. Z předcházejících úvah je zřejmé, že NNO jsou sice pod vlivem dárců, ale také svými aktivitami mohou ovlivňovat dárcovské chování občanů. NNO tak často činí systematicky prostřednictvím svých fundraisingových strategií, které se snaží přizpůsobit charakteru potenciálu svých dárců. Jednotlivé typy dárců mají na směřování NNO různý vliv a vyžadují diferencovanou péči. Velcí dárci pod více, či méně skrytou hrozbou svého odchodu mohou disciplinovat chování NNO a bránit tomu, aby se jejich aktivita politizovala či radikalizovala.

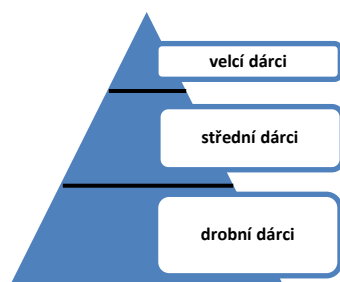
Mecenáši se lehce mohou změnit na mocné patrony, kteří se skrze peníze usilují naplnit své ambice strategicky řídit NNO. Z jiného hlediska můžeme nahlížet na zapojení velkých dárců do filantropických projektů NNO jako na významný signál pro ostatní, resp. menší dárci, že filantropie je v dané NNO na vysoké úrovni (Andreoni 2006). Velcí dárci tak plní vůdčí roli v okruhu dárců NNO, svým pozitivním příkladem přitahují pozornost veřejnosti, strhávají za sebou ostatní. Jako filantropičtí vůdci pomáhají zvyšovat kvalitu dárcovství. Svými kontakty na vysoké úrovni umožňují NNO rozšiřovat okruh velkých dárců. Na druhé straně velcí dárci vyžadují hodně osobní komunikace členy NNO a může trvat hodně dlouho, než si NNO vypěstuje, alespoň úzký okruh velkých dárců.

Může se stát, že navzdory intenzivní osobní péči se přízeň velkých dárců ze dne na den z nějakého důvodu vytratí, což jistě způsobí zasažené NNO velké existenční problémy. Spoléhat jen na velké dárci může být proto riskantní a doporučenou strategií, jak se tomu bránit, je diverzifikovat typy dárců. Kromě velkých dárců si zároveň vytvořit široký okruh drobných dárců. Chování jednotlivých drobných dárců má na fungování NNO jen malý dopad. To ale nemusí být výhodou za každých okolností. Svůj slabý vliv na NNO si drobní dárci uvědomují a proto nejsou příliš motivováni pokračovat v dárcovských aktivitách. Z tohoto důvodu, je potřebné soustavně s nimi komunikovat a povzbuzovat jejich loajalitu, jinak hrozí jejich odchod z dárcovského okruhu NNO. Problémem také je, že navzdory velké heterogenitě okruhu malých dárců, NNO musí volit jednotný, masový (distanční) způsob

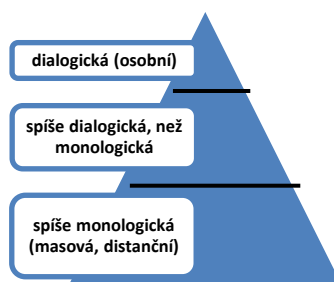
komunikace s nimi (dopisy, e-maily), protože při větším počtu dárců by byl osobnější kontakt pro NNO příliš vyčerpávající. Kvalitnější, dialogické formy komunikace s dárci jako např. osobní setkání nebo účast na kolektivních akcích NNO jsou vyhrazeny spíše pro velké dárci.

Z hlediska udržitelnosti NNO, manažerská i misionářská perspektiva doporučují tzv. pyramidální diverzifikaci dárcovského portfolia NNO, na jejímž vrcholu jsou ti největší dárci (viz. Obr. 1), kteří splňují nároky na výkon role filantropických vůdců (Andreoni 2006). Spodní patro dárcovské pyramidy je vyhrazeno masě drobných dárců, které je možné rekrutovat formou jednosměrné masové komunikace. Mezi nimi a filantropickými vůdci se nachází kategorie středních dárců, od jejichž úrovně stoupá pravidelnost dárcovských aktivit i frekvence kontaktů s obdarovanou NNO. Na úrovni středních dárců se dárcovství mění ve skutečný sociální vztah, kdy se dárci stávají členem filantropické komunity kolem NNO a jejího poslání, aktivně se seznamuje s jejími filantropickými projekty a mezi nimi a NNO se vytváří sociální vazby, které upevňují jeho odhodlání k pravidelnému a dlouhodobému dárcovství. Intenzita a kvalita komunikace NNO s dárci od masového marketingu k personalizaci směrem k vrcholu dárcovské pyramidy pochopitelně také roste (viz. Obr. 2).

Obr. 1 Ideální dárcovská pyramida



Obr. 2. Komunikace NNO s dárci dle pyramidy dárců



Jak již bylo řečeno, schopnost NNO získávat prostředky z individuálního dárcovství do velké míry závisí na mobilizaci altruistických emocí, které motivují především drobné dárci. Ale tuto mobilizaci není možné udržovat v permanenci. Obvykle se emocionální mobilizace dárců váže spíše na specifické (křehké, zranitelné) cílové skupiny (např. postižené děti či umírající seniory) anebo na náhlé, nepředvídatelné události (např. přírodní katastrofy, humanitární krize). Kvalita filantropických aktivit drobných dárců někdy trpí jejich finančně, časově, sociálně a energeticky nenáročnou angažovaností, anonymitou a nezájmem o osud darované

částky. Jejich filantropické angažmá zůstává v poloze drobného příležitostního dárcovství, které je z manažerské i misionářské perspektivy pro NNO sice často životně důležité, ale nejméně kvalitní (neumožňuje ani efektivně plánovat činnost NNO, ani trvale udržovat reputaci reprezentanta veřejného zájmu).

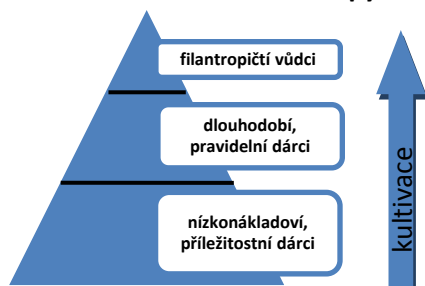
1.7. Kultivace individuálního dárcovství

Koncept dárcovské pyramidy je nerozlučně spojen s představou o specifickém způsobu zkvalitňování okruhu dárců NNO, kterým je proces kultivace dárců od základu pyramidy směrem k jejímu vrcholu. Kultivace okruhu dárců v rámci pyramidální struktury dárců v zásadě vyjadřuje pozitivní dynamiku vývoje jednotlivých parametrů dárcovství, která je explicitně zasazena do rámce postupného připoutávání dárců k NNO (budování dárcovské komunity) a zvyšování jejich ochoty přispívat pravidelně a vyšší částkou. Kultivace okruhu dárců se tedy projevuje v:

- proporcionálním rozšiřování počtu dárců na jednotlivých patrech pyramidy
- navyšování darované částky,
- klesající anonymitě dárců,
- rostoucích osobních nákladech dárců na vlastní dárcovské aktivity,
- zkracování intervalů pravidelných příspěvků,
- prodlužování dárcovské kariéry v dané NNO
- rozšiřování a posilování dárcovské komunity.

Strategickým cílem NNO je získávat široký okruh drobných dárců, který přináší reputační efekt reprezentanta veřejného zájmu a pozvedávat je na střední úroveň dárcovství a střední dárce kultivovat až na úroveň filantropických vůdců. Platí také, že strategickým cílem NNO je dosahovat co největšího podílu velkých, neanonymních, aktivních, pravidelných a dlouhodobých dárců. V procesu kultivace, resp. zkvalitňování okruhu dárců se z drobných dárců stávají větší, anonymní dárce se mění na neanonymní, nízkonákladoví, pasivní dárce se transformují na aktivní, příležitostní na pravidelné dárce, krátkodobí na dlouhodobé a nakonec pravidelní a dlouhodobí se stávají filantropickými vůdci.

Obr. 3 Kultivace dárců NNO v rámci pyramidální struktury dárců



I když má dárcovská pyramida u různých autorů různý počet stupňů se specifickými typy dárců⁸, její ideální tvar je konstantní, se zvyšováním velikosti dárců se jejich počet zmenšuje. Autoři se také shodují, že každý stupeň pyramidy je pro udržitelnost a stabilitu NNO klíčový. Někteří však připomínají, že v praxi NNO je střední stupeň pyramidy často malý, nebo téměř neexistuje, což je způsobeno odlivem středních a velkých dárců z neziskového sektoru obecně (Axelrad 2014). Díky malému počtu středních dárců, ztrácí pyramida svůj ideální tvar a místo s dárcovskou pyramidou, se v praxi setkáváme s „dárcovským sombrerem“ (Smercina 2014). Otázkou je, jestli dárcovské sombrero vyjadřuje lépe ideální strukturu dárcovského portfolia, než dárcovská pyramida. V zásadě ale platí pravidlo diverzifikace typů dárců. A to i v případě, kdy se z hlediska manažerské perspektivy může zdát, že pro řešení určitého problému postačí malý okruh velkých dárců. Tento přístup totiž nebere v potaz imperativ legitimacy veřejného zájmu, který NNO velí získávat pro svá řešení co nejširší společenskou podporu.

Nedostatek, či absence středních dárců v praxi NNO může být pokládána, za vadu na krásu ideálu pyramidy dárcovství, anebo za špatný přístup NNO ke kultivaci svých dárců, tj. za nerespektování ideálu budování okruhu dárců. Z toho je zřejmé, že koncept dárcovské pyramidy spojený s představou kultivace dárců ze spodu musíme brát s jistou rezervou, jako ideální typ, k němuž se praxe spíše jen přibližuje, přičemž není zcela jasné, jestli je toto přibližování tou nejlepší cestou ke zkvalitňování okruhu dárců. Obvykle se jako důkaz

⁸Např. na vrcholu mohou být tzv. legátoři (odkazující dary v závěti) nebo hlavní dárci NNO, případně základnu tvoří „prvodárci“ či potenciální dárci apod. (blíže viz např. Barry and others 2010, Elisher 2010, Fresina and Pickles 2013, Machálek a Nesrstová 2011)

„neplatnosti“ strategie kultivace dárců uvádí, že velcí dárci nemusí svoji dárcovskou kariéru vždy začínat jako drobní dárci, a při jejich rekrutaci může hrát důležitější roli přístup do exkluzivního prostředí bohatých lidí než kultivační úsilí NNO. Navzdory tomu lze dárcovskou pyramidu považovat za vhodný nástroj hodnocení okruhu dárců, protože představuje zřetelný referenční bod, s nímž lze dárcovskou strukturu konkrétní (kategorie) NNO srovnávat a posuzovat její potenciál další kultivace dárců.

1.8. Evaluace individuálního dárcovství

S vědomím výše zmiňovaných nedostatků lze dárcovskou pyramidu a s ní spojený koncept kultivace dárců využít jako nástroj či referenční rámec evaluace kvality dárcovských okruhů NNO. Je zřejmé, že si přitom nevystačíme jen s parametrem velikosti dárců, ale že tento rámec nabízí docela širokou paletu kritérií, které lze pro hodnocení dárcovství využít. Když shrneme diskusi ohledně dárcovské pyramidy a kvality okruhu dárců obecně, zjistíme, že kvalita dárcovského okruhu NNO je v literatuře hodnocena prostřednictvím měření následujících šesti základních parametrů:

- **velikost** = počet individuálních dárců přispívajících organizaci,
- **dynamika** = nárůst, či pokles dárců,
- **struktura** = vzájemné poměry počtu drobných, středních a velkých dárců,
- **intenzita** = vzájemné poměry počtu malých, středních a velkých darů,
- **frekvence** = vzájemné poměry počtu pravidelných a nepravidelných dárců,
- **stabilita** = vzájemné poměry počtu dlouhodobých a krátkodobých dárců.

Nepříjemným zjištěním pro kvalitu dárcovského portfolia českých NNO je to, že WGI v ČR kromě poklesu celkové míry dárcovství indikuje hlavně úbytek pravidelných dárců. Tím, že obsahuje údaje o dárcovských aktivitách respondentů za poslední měsíc, zachycuje spíše pravidelné než příležitostné či nahodilé dárci. Pro udržitelnost NNO je samozřejmě výhodnější vytvářet si co nejširší okruh pravidelných dárců, s nimiž lze počítat i v krizových dobách. Navíc pravidelný příjem má vliv i na flexibilitu organizace: *„Širší základna pravidelných dárců znamená pro Adu i jiné neziskové organizace možnost zůstat flexibilní, lépe plánovat a zároveň se věnovat dlouhodobým projektům“* (Bárta 2012). Pravidelné

individuální dárcovství podporuje dlouhodobou udržitelnost NNO a posiluje její nezávislost na veřejném sektoru a také na sponzorech z komerční sféry.

Nízká míra individuálního dárcovství ve srovnání se západem, trend klesajícího počtu individuálních dárců a nárůst celkového objemu soukromých finančních darů (Nadace VIA 2015) signalizuje, že fundraising českých NNO pravděpodobně dává přednost orientaci spíše na několik málo velkých dárců, než na masu drobných dárců.

1.9. Individuální dárcovství a veřejná politika

Přílišná orientace NNO na ekonomicky privilegované dárce vede redukci příležitostí pro občanskou aktivizaci nemajetných občanů. NNO tak posilují vliv bohatých na definování toho, co je veřejným zájmem a na druhé straně zužují prostor pro realizaci občanských činností ve společnosti. Navíc preference bohatých, které se promítají do veřejné politiky, musí dotovat ti méně bohatí, z jejichž daní jsou kompenzovány daňové úlevy bohatých dárců, kteří si své dary nezapomenou odepsat z daňového základu (Reich 2014). Pokles drobných dárců také signalizuje degradaci občanského rozměru NNO (Skocpol2004a,b).

Přesah fenoménu individuálního dárcovství do veřejné politiky je zřejmý, nejenže ovlivňuje demokratický způsob vládnutí a pomáhá řešit sociální problémy, kterým musí čelit i veřejná politika, ale také snižuje závislost NNO na veřejných rozpočtech a napomáhá procesu krystalizace veřejného zájmu. Prostřednictvím individuálního dárcovství získává veřejná správa zpětnou vazbu na svoji činnost v oblasti řešení sociálních problémů a posiluje tak svoji schopnost tuto činnost efektivně korigovat. Pro veřejnou politiku je proto žádoucí podpořit rozvoj individuálního dárcovství na půdě NNO, které tím dostávají příležitost lépe formovat a naplňovat veřejný zájem bez toho, aby zatěžovaly státní pokladnu.

Na základě výše uvedeného přehledu problematiky individuálního dárcovství, by se případný zásah veřejné politiky do podmínek fungování individuálního dárcovství na půdě NNO měl řídit následujícími principy:

1. měl by pomoci co nejvíce eliminovat jeho slabé stránky tj. snížit:
 - a. míru volatility individuálního dárcovství

b. hrozbu ohýbání priorit NNO

2. zároveň by měl přispět ke zvyšování kvality okruhu dárců NNO a to tím, že jim vytvoří lepší podmínky pro formování jeho pyramidální struktury a nastartování procesu pozvedávání dárců z nižší úrovně na vyšší.

V praxi to znamená veřejně vyzdvihovat emancipační hodnotu dárcovství, stimulovat zájem NNO o individuální dárcovství a zvyšování kvality jejich dárcovského portfolia. Stát by měl vytvořit lepší podmínky pro dárcovské aktivity drobných a středních dárců tak, aby se z nich pravděpodobněji mohli stát pravidelní a dlouhodobí dárci. Dá se říct, že hlavní úsilí o vytváření legislativní podpory individuálního dárcovství by se mělo zaměřit na podporu masového, pravidelného a dlouhodobého dárcovství.

II. Metodologie

Základní otázka v zadání výzkumu dárcovství zněla: Jaký význam a strukturu má individuální dárcovství v životě českých nestátních neziskových organizací? Tuto otázku je potřeba chápat v kontextu praktického cíle celé iniciativy stojícího za výzkumem. Tímto cílem bylo vytvořit hodnověrnou poznatkovou bázi, z níž by mohla čerpat „evidence based policy“, která bude zacílená na podporu NNO v oblasti individuálního dárcovství.

Plán sběru a analýzy empirických dat byl strukturován kolem několika základních dimenzí individuálního dárcovství, jejichž pokrytí by mělo poskytnout komplexní obrázek o tomto jevu:

- Individuální dárcovství jako součást rozpočtu NNO
- Postoj NNO k individuálnímu dárcovství
- Výška finančních darů
- Profil okruhu dárců NNO
- Formy a techniky individuálního dárcovství
- Práce s okruhem dárců
- Profil NNO

Vzhledem k tomu, že data, která by umožnila analyzovat individuální dárcovství komplexnějším způsobem, nebyla dostupná, bylo nutné provést vlastní empirický výzkum s využitím online dotazníkové metody, která v tomto případě představovala jedinou možnost jak i s pomocí malých nákladů získat údaje o populaci NNO v České republice nad rámec dat produkovaných veřejnou správou (především Ministerstvem financí) a státní statistickou službou.

Nejde o metodu prostou nedostatků. Ať už je konkrétní způsob sběru odpovědí od respondentů jakýkoli, v podstatě ve všech dotazníkových výzkumech zaměřených na rozsáhlé populace existuje část respondentů, která by sice měla být na základě zvolených

kritérií do výzkumu zařazena, ale není vůbec kontaktována a další část zamýšlených respondentů sice kontaktována je, ale odmítá účast ve výzkumu.

Pro online dotazování platí tento nedostatek ve zvýšené míře. Návratnost (podíl kontaktů/potenciálních respondentů, které by měly dotazník vyplnit a reálně vyplněných dotazníků) zde podle údajů v literatuře značně variuje, nicméně obecně je uváděna jako podstatně nižší ve srovnání s klasickým dotazováním tváří v tvář. Sue a Ritter (2007: 8) uvádějí, že se pro výzkumy založené na online dotaznicích (kdy jsou odkazy na dotazník zasílány elektronickou poštou) návratnost pohybuje okolo 30 %, což ovšem považujeme za spíše optimistický odhad (pravděpodobně ovlivněný tím, že autoři zde vycházejí ze studií, které byly prováděny zejména na přelomu tisíciletí, tedy v dobách nižšího „zamoření“ internetu různými výzkumy.).

Základním problémem snížené návratnosti je, že výpadky nemusejí být a většinou ani nejsou náhodné, ale vedou k nějakému systematickému skreslení – v našem případě můžeme například předpokládat, že ve výzkumu častěji odpovídaly více profesionalizované organizace (což jsou spíše organizace servisní a advokační), které mají lidskou i organizační (například systematickou evidenci dárců) kapacitu pro rychlé vyplnění dotazníku. Odpovědi respondentů nemůžeme nijak kontrolovat s ohledem na to, zda nám nepodávají zavádějící informace (ať už úmyslně nebo omylem vyplývající třeba ze špatného porozumění otázce anebo proto, že o skutečném stavu nemají dostatečný přehled a musí jej pouze odhadovat). Další nevýhodou online dotazování ve srovnání s dotazováním face to face a telefonním výzkumem je, že neexistuje žádná korekce a kontrola vyplňování dotazníku ze strany tazatele, což klade větší nároky na srozumitelnou formulaci otázek.

Uvedená omezení ovšem nebylo možné nějak jednoduše obejít použitím jiné techniky. Dotazování face to face by bylo příliš nákladné, navíc využití sítě tazatelů by si vyžádalo vytvoření opory výběru (seznamu organizací, které je možné do výzkumu zařadit) což samo sobě by bylo náročné. Výše uvedené nedostatky je samozřejmě nutno vést v patrnosti i při interpretaci získaných dat.

Šetření mělo následující základní charakteristiky.

- Dotazování probíhalo v termínu 15. 3. až 26. 4. 2017.
- Využili jsme standardizovaný dotazník s převahou uzavřených či polouzavřených otázek.
- Metodu výběru vzorku lze označit jako aplikaci „snowball samplingu“, kdy byly prostřednictvím RVNNO osloveny střešní organizace neziskového sektoru, které rozesílaly odkazy na dotazník „svým“ organizacím. Pro šíření odkazu na dotazník byly využity i krajské úřady. Vzhledem k tomu lze jen obtížně posuzovat reprezentativitu vzorku vůči celé populaci NNO.
- Celkově bylo osloveno více než tisíc NNO.
- Údaje byly získány od 508 respondentů. Dva záznamy byly vyhodnoceny jako identické, proto byl jeden z nich vymazán.
- Komplexně bylo možné analyzovat jen 275 organizací, které uvedly, že individuální dárcovství využívají jako zdroj svého financování.

V následujících tabulkách jsou proměnné, které popisují výběrový vzorek organizací, které se do výzkumu zapojily – jde vlastně o popis výběrového souboru, s nímž budeme v následující části studie pracovat při analýze individuálního dárcovství.

Tab. Rok vzniku organizace*		
	Početnosti	Podíl
do roku 1989	56	11,0
mezi 1990 a 1997	190	37,5
mezi 1998 a 2006	148	29,2
mezi 2007 a současností	102	20,1
Celkem	496	97,8
Chybějící údaje	11	2,2
CELKEM (včetně chybějících)	507	100,0

* Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Organizace se soustřeďuje:		
	Početnosti	Podíl
spíše na služby	375	74,0
spíše na obhajobu zájmů	102	20,1
jiné (obojí, nedokáže rozhodnout...)	19	3,7
Celkem	496	97,8
Chybějící údaje	11	2,2
CELKEM včetně chybějících	507	100,0

Tab. Počet členů (individuálních osob) organizace*		
	Početnosti	Podíl
žádní	128	25,2
mezi 1 a 20 členy	123	24,3
mezi 21 a 100 členy	103	20,3
více než 100 členů	119	23,5
Celkem	473	93,3
Chybějící údaje	34	6,7
CELKEM včetně chybějících	507	100,0

* Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Počet dobrovolníků v organizaci*		
	Početnosti	Podíl
žádní	127	25,0
mezi 1 a 10 dobrovolníky	142	28,0
mezi 11 a 30 dobrovolníky	92	18,1
více než 30 dobrovolníků	120	23,7
Celkem	481	94,9
Chybějící údaje	26	5,1
CELKEM včetně chybějících	507	100,0

* Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Počet zaměstnanců v organizaci*		
	Početnosti	Podíl
žádní	108	21,3
mezi 1 a 10 zaměstnanci	194	38,3
mezi 11 a 40 zaměstnanci	101	19,9
více než 40 zaměstnanců	92	18,1
Celkem	495	97,6
Chybějící údaje	12	2,4
CELKEM včetně chybějících	507	100,0

* Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Počet zaměstnanců přepočtených na plný pracovní úvazek v organizaci*		
	Početnosti	Podíl
žádní	122	24,1
mezi 1 a 10 úvazků	209	41,2
mezi 11 a 40 úvazků	82	16,2
více než 40 úvazků	64	12,6
Celkem	477	94,1
Chybějící údaje	30	5,9
CELKEM včetně chybějících	507	100,0

* Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Podíl vysokoškoláků v organizaci*		
	Početnosti	Podíl
žádní	122	24,1
menšina (včetně 50 %)	224	44,2
většina	145	28,6
Celkem	491	96,8
Chybějící údaje	16	3,2
CELKEM včetně chybějících	507	100,0

* Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Zaměstnává vaše organizace:				
<i>N=455, údaje v %</i>	účetního	právníka	PR pracovníka	projektového manažera
ano	40,8	7,2	33,1	47,7
ne, ale využíváme externistu	44,9	43,5	13,1	7,7
ne, ani externistu nevyužíváme	14,3	49,3	53,8	44,6
CELKEM	100,0	100,0	100,0	100,0

Tab. Počet klientů organizace*		
	Početnosti	Podíl
žádní	97	19,1
mezi 1 a 100 klienty	117	23,1
mezi 101 a 1000 klientů	136	26,8
více než 1000 klientů	83	16,4
Celkem	433	85,4
Chybějící údaje	74	14,6
CELKEM včetně chybějících	507	100,0

* Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Cílová skupina organizace*			
		Početnosti	Podíl
1	Děti	64	12,6
2	Postižení a nemocní	93	18,3
3	Staří, senioři a umírající	46	9,1
4	Postižení přírodní či humanitární katastrofou, zvířata	2	,4
5	Bezdomovci	7	1,4
6	Romové	1	,2
7	Sociálně vyloučení, slabí, chudí, sociálně a zdravotně znevýhodnění, propuštění na svobodu	28	5,5
8	Jiné skupiny vyžadující pomoc (cizinci, pečující, pěstouni, rodiče, ženy, rodiny s dětmi, závislí)	37	7,3
9	Mládež	44	8,7
10	Sport, hobby, spolky, sportovci	62	12,2
11	Obecný prospěch (veřejnost, obce, všichni, státní či veřejná správa, školy, vzdělávání, věda, hasiči)	71	14,0
12	Jiné (majitelé památek, členské organizace, životní prostředí, NNO, LGBT, podnikatelé)	26	5,1
13	Neuveдено, nerozumí, neví	6	1,2
	Celkem	487	96,1
	Chybějící údaje	20	3,9
	CELKEM včetně chybějících	507	100,0

* Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Cílové skupiny rekódovány do tří kategorií*		
<i>N = 507, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl
Křehké skupiny	205	43
Znevýhodněné skupiny	73	15
Rozvojové skupiny	203	42
Celkem	481	100

*Do kategorie „křehkých skupin“ byly začleněny cílové skupiny 1 až 4 (z předcházející tabulky), do „znevýhodněné skupiny“ tvoří kategorie 5 až 8, a do „rozvojových skupin“ kategorie 9 až 12. Ostatní kategorie nebyly do typologie zahrnuty.

Tab. Oblast působení organizace*		
	Početnosti	Podíl
Kultura (pěvecké, taneční, hudební soubory, okrasné kroužky, ochrana památek, architektura, podpora literatury ...)	12	2,4
Sport (sportovní kluby a organizace)	110	21,7
Tradiční zájmová činnost (myšlivi, rybáři, zahrádkáři, pěstitelé, včelaři, chovatelé a pod.)	12	2,4
Jiná zájmová činnost a rekreace (filatelisté, sběratelé, kluby důchodců apod.)	2	,4
Sbor dobrovolných hasičů	3	,6
Ženské organizace (Svaz žen apod.)	7	1,4
Mládež (Junák, Pionýr apod.)	23	4,5
Vzdělávání a výzkum (včetně sdružení rodičů a přátel školy, školní rady...)	17	3,4
Zdravotní služby (např. rehabilitační zařízení, hospic, Červený kříž apod.)	15	3,0
Sociální služby (např. pomoc starým či postiženým, krizové centrum apod.)	173	34,1
Podpora dobrovolnictví, občanské společnosti a organizace zprostředkující dobročinnost (nadace, dobrovolnická centra ...)	12	2,4
Životní prostředí, práva zvířat	17	3,4
Obhajoba práv a zájmů (občanů, žen, spotřebitelů, lid. práv, práv menšin, organizace usilující o mír ...)	9	1,8
Humanitární pomoc	10	2,0
Politika (strana, hnutí, klub, sdružení ...)	1	,2
Církev a náboženské organizace	1	,2
Profesní nebo obchodní sdružení (komora, svaz)	1	,2
Jiná oblast podobná výše zmíněným	74	14,6
Celkem	499	98,4
Chybějící údaje	8	1,6
CELKEM včetně chybějících	507	100,0

*Výše uvedené oblasti byly vzhledem k jejich velké početnosti dále rekódovány do čtyř kategorií, resp. typů neziskových organizací dle níže uvedené tabulky. Bohužel výzkumu se zúčastnilo jen minimum tradičních advokačních organizací, proto se nedají statisticky analyzovat a v následujícím textu a tabulkách používáme jen zbylé tři typy organizací.

Tab. Typologie občanských organizací V ČR

Funkce:	Sledovaný zájem:	
	Vzájemně prospěšný	Obecně prospěšný
Servisní	1. Tradiční volnočasové organizace - sport, - rekreace, - komunitní rozvoj, - zájmové spolky.	2. Nové servisní organizace - sociální a zdravotní péče, - vzdělávání, - humanitární pomoc, charita.
Advokační	3. Tradiční advokační organizace - odbory, - zaměstnanecké svazy, - profesní organizace (komory), - politické strany.	4. Nové advokační organizace - ochrana životního prostředí a práv zvířat, - ochrana lidských práv, - ochrana občanských práv (práv spotřebitelů, minorit...).

Zdroj: (Frič, 1998: 7), upraveno.

Tab. Úroveň působení organizace		
	Početnosti	Podíl
lokální úrovni	112	22,1
regionální úrovni	257	50,7
národní úrovni	114	22,5
nadnárodní úrovni	18	3,6
Celkem	501	98,8
Chybějící údaje	6	1,2
CELKEM včetně chybějících	507	100,0

Tab. Charakter organizace		
	Početnosti	Podíl
základní organizace	420	82,8
zastřešující organizace	77	15,2
Celkem	497	98,0
Chybějící údaje	10	2,0
CELKEM včetně chybějících	507	100,0

Tab. Právní forma organizace		
	Početnosti	Podíl
Nadace	8	1,6
Nadační fond	11	2,2
Obecně prospěšná společnost	96	18,9
Ústav	34	6,7
Církevní organizace	38	7,5
Spolek	274	54,0
Pobočný spolek	37	7,3
Jiná odpověď	9	1,8
CELKEM	507	100,0

III. Výsledky statistické analýzy dat

3.1. Role, individuálního dárcovství v NNO

Příjmy z individuálního dárcovství nepatří mezi dominantní zdroje NNO. Individuální dárcovství je čtvrtým nejčastěji využívaným zdrojem v praxi financování NNO. Téměř polovina organizací tento zdroj nevyužívá. Prostředky z individuálních darů převažovaly v rozpočtu jen u čtyř procent dotazovaných organizací. To je sice malý podíl, který ale zároveň signalizuje pozitivní informaci, že tento zdroj financování NNO má velký potenciál svého rozvoje. Nejčastěji NNO sahají po prostředcích z veřejných rozpočtů. Z tohoto zdroje čerpají většinu svých prostředků více než dvě pětiny (44 %) NNO. Nejméně často využívanými zdroji jsou oddílové příspěvky a granty od zahraničních nadací. Většina NNO nevyužívá ani granty od domácích nadací a ani členské příspěvky. I když jsou individuální dary jen doplňkovým zdrojem, mají v dárcovském portfoliu NNO větší význam než domácí nadace a prakticky stejný význam jako členské příspěvky nebo firemní dárce.

Tab. Využívání zdrojů financování NNO v roce 2016 z:						
<i>N = 507, údaje v %</i>	0 %	více než 0 %, ale maximálně 25 %	více než 25 %, ale maximálně 50 %	více než 50 %, ale maximálně 75 %	více než 75 %	CELKEM
dotací a grantů z veřejných rozpočtů	12	16	28	23	21	100
tržeb z vlastní činnosti	24	48	18	6	4	100
darů od firemních dárců	39	54	4	2	1	100
darů od individuálních dárců	46	46	4	2	2	100
členských příspěvků (poplatků)	53	41	4	1	1	100
grantů od domácích nadací	58	38	4	0	0	100
grantů od zahraničních nadací	88	11	1	0	0	100
oddílových příspěvků*	91	7	2	0	0	100
jiných zdrojů	63	30	4	2	1	100

* Oddílové poplatky jsou příjmy z provozování aktivit v oddílu, tj. za poskytnuté prostory, trenéry, logistiku a pod, ale jejich poskytování není organizací přímo nabízeno jako služba veřejnosti a případní členové organizace je platí nad rámec svých členských poplatků. Příklad: rodiče platí fotbalovému klubu za to, že jejich dítě v něm působí, trénuje a hraje fotbal, přičemž klub tyto platby nevybírá jako členské příspěvky (rodiče nejsou členy klubu) ani je nepožaduje jako cenu za placenou veřejně nenabízenou službu.



Zatímco tabulka výše ukazuje podíly organizací, které uvádějí, že z daného zdroje buď nic nečerpají, anebo z něj čerpají podíly svého rozpočtu, které vymezují jednotlivé kvartily, následující tabulka se dívá na zdroje financování z jiného úhlu a ukazuje, jakou část příjmů rozpočtu tvořily dané zdroje u různých typů organizací i v průměru. Podle očekávání servisní NNO čerpají častěji z veřejných rozpočtů, než volnočasové a ty zase uvádějí významně vyšší

podíl příjmů z členských příspěvků a oddílových příspěvků. U servisních NNO sehrává individuální dárcovství větší roli v rozpočtu, než u volnočasových NNO. Individuální dary, jsou v servisních NNO na třetím místě z hlediska jejich podílu na celkovém rozpočtu. V případě volnočasových jsou až na šestém místě. Ještě větší význam než u servisních organizací mají individuální dárce pro advokační organizace, které mají svoje rozpočty nejvíce vybalancované.

Tab. Průměrný podíl financí z jednotlivých zdrojů ve vztahu k typu organizace										
N=507, údaje v %	veřejné rozpočty	domácí nadace	zahraniční nadace	vlastní činnost	firemní dárce	členské příspěvky	oddílové příspěvky	individuální dary	jiné zdroje	CELKEM
volnočasové NNO	44	3	0	21	5	14	4	3	6	100
servisní NNO	53	6	1	17	7	2	0	7	5	100
advokační NNO	30	5	6	19	13	4	1	17	2	100
ostatní NNO	42	5	4	16	10	5	0	12	5	100
PRŮMĚR	47	5	2	18	7	7	1	7	5	100



Není pochyb o tom, že ve zkoumaných NNO představují veřejné rozpočty dominantní zdroj. Získaná data tedy signalizují, že rozpočty českých NNO vykazují fatální závislost na veřejné správě. I když jsou zdroje NNO značně diverzifikované, zároveň jsou i asymetrické, resp. nevyvážené ve prospěch veřejných rozpočtů.

Ve statistice příjmů NNO se jednotlivé zdroje standardně agregují do tří základních kategorií: 1. příjmy z veřejných zdrojů, 2. příjmy z vlastní činnosti (do nichž spadají i členské a oddílové příspěvky) a 3. příjmy ze soukromých darů či příspěvků (sem patří granty od nadací, firemní a individuální dárce). Po provedení standardní agregace zdrojů v níže uvedené tabulce, bude průměrný zdrojový mix zkoumaných NNO vypadat jako více vybalancovaný i když dominance veřejných rozpočtů zůstává nezpochybněna.

Tab. Agregovaný průměrný podíl financí z jednotlivých zdrojů ve vztahu k typu organizace					
N=507, údaje v %	veřejné rozpočty	vlastní činnost	soukromé dary	jiné zdroje	CELKEM
volnočasové NNO	44	39	11	6	100
servisní NNO	53	19	21	5	100
advokační NNO	30	25	43	2	100
ostatní NNO	42	21	31	5	100
CELKEM	47	26	21	5	100

Asymetrie zdrojového mixu je nejmarkantnější u servisních organizací. U volnočasových NNO se příjmy z vlastní činnosti blíží objemu příjmů z veřejných rozpočtů. I v tomto případě však můžeme mluvit o významné závislosti na veřejných rozpočtech. K ideálnímu vícezdrojovému

mixu mají obě kategorie organizací daleko. Naopak advokační organizace dosáhly poměrně vyrovnaného zdrojového mixu, kde navíc největší podíl tvoří soukromé dary.



Závislost na konkrétním zdroji je dána nevyvážeností zdrojového mixu NNO. Abychom tento jev vyjádřili jedním číslem, vytvořili jsme index vyváženosti zdrojů pro každý typ NNO i jako průměr. Tento index může teoreticky nabývat hodnot od přibližně 0,1⁹ (která značí dokonalou vyváženost financování z různých zdrojů) po 1 (která značí plnou závislost na jediném zdroji)¹⁰. Průměrná hodnota indexu v celém souboru je 0,52 (tj. zhruba polovina škály), což je ovšem samo o sobě málo zajímavé (i když i z toho lze učinit jistý provizorní závěr, že přes obecně značný význam prostředků z veřejných rozpočtů pro velkou část organizací neplatí, že financování sektoru jako celku by bylo možné jednoduše označit jako jednozdrojové). Zajímavější je ale srovnání hodnot mezi různými typy organizací, kde byly naměřeny značně rozdílné hodnoty.

Tab. Hodnoty indexu vyváženosti financování pro jednotlivé typy organizací		
	průměr indexu	početnost
Tradiční zájmová činnost (myšlivi, rybáři, zahrádkáři, pěstitelé, včelaři, chovatelé a pod.)	,5844	12
Vzdělávání a výzkum (včetně sdružení rodičů a přátel školy, školní rady...)	,5840	17
Humanitární pomoc	,5713	10
Sociální služby (např. pomoc starým či postiženým, krizové centrum apod.)	,5423	173
Obhajoba práv a zájmů (občanů, žen, spotřebitelů, lid. práv, práv menšin, organizace usilující o mír	,5347	9
Sport (sportovní kluby a organizace)	,5154	110
Mládež (Junák, Pionýr apod.)	,5039	23
Kultura (pěvecké, taneční, hudební soubory, okrasné kroužky, ochrana památek, architektura ...)	,4916	12
Životní prostředí, práva zvířat	,4871	17
Podpora dobrovolnictví, občanské společnosti a organizace zprostředkující dobročinnost	,4750	12
Zdravotní služby (např. rehabilitační zařízení, hospic, Červený kříž apod.)	,3730	15
CELKEM	,5270	499



Potenciál individuálního dárcovství jako perspektivního zdroje financování NNO vynikne na pozadí jeho dynamiky. Téměř polovina NNO, které tento zdroj využívají, uvedla, že objem prostředků, které z něho získaly se v posledních třech letech zvyšuje. Pokles zaznamenalo jen 9 % z nich.

⁹Přesná minimální hodnota indikátoru = $9 \cdot (1/9)^2$.

¹⁰Empirická hodnota indexu pro organizaci se vypočítá tak, že podíly financování z každého zdroje se umocní na druhou a tyto mocniny se sečtou. Pokud tedy má organizace jen jeden zdroj (podíl financování 1) pak index vyváženosti = 1^2 (nulové podíly u dalších zdrojů pochopitelně nemají pro hodnotu indexu význam). Pokud by naopak organizace měla dokonale vyvážené zdroje financování, což odráží situaci, kdy NNO deklaruje, že z každého z devíti v dotazníku uvedených typů zdrojů čerpá stejný podíl finančních zdrojů tj. $1/9$ pak by hodnota indexu byla $9 \cdot (1/9)^2$ tj. přibližně 0,1. Hodnoty indexu vyváženosti se pohybují v našem souboru od 0,15 po 1.

Tab. Podíl příjmů vaší organizace z individuálního dárcovství se od r. 2014 do konce r. 2016		
	početnosti	podíl
zvýšil	128	47
zůstal stejný	120	44
snížil	24	9
CELKEM	272	100



Objem financování z individuálního dárcovství se častěji zvyšoval u servisních a advokačních NNO než u volnočasových. Naopak u volnočasových se podíl tohoto zdroje nejčastěji snižoval.

Tab. Podíl příjmů od individuálních dárců od r. 2014 do konce r. 2016 dle oblasti působení NNO				
<i>N = 272, údaje v %</i>	Volnočasové organizace	Servisní organizace	Advokační organizace	Ostatní
se zvýšil	29	50	50	65
zůstal stejný	56	43	43	32
snížil se	15	7	7	3
CELKEM	100	100	100	100



Doba vzniku NNO nemá na volatilitu příjmů od individuálních dárců významný vliv. Zato míra profesionalizace NNO má. Čím profesionálnější je NNO, tím pravděpodobněji můžeme očekávat, že se podíl příjmů z darů jednotlivců bude zvyšovat.

Tab. Podíl příjmů od individuálních dárců od r. 2014 do konce r. 2016 dle profesionalizace NNO			
<i>N = 272, údaje v %</i>	Nízká	Střední	Vysoká
se zvýšil	34	41	61
zůstal stejný	58	46	34
snížil se	8	13	6
CELKEM	100	100	100



Z hlediska financování organizace od individuálních dárců je zásadní rozdíl mezi volnočasovými a servisními, či advokačními organizacemi. Z volnočasových NNO využívá tento typ financování jen jedna třetina, zatímco v případě servisních a advokačních NNO jsou to více než dvě třetiny.

Tab. Příjmy od individuálních dárcův roce 2016 v celkových příjmech NNO dle oblasti působení				
<i>N = 507, údaje v %</i>	Volnočasové organizace	Servisní organizace	Advokační organizace	Ostatní
ano	36	71	70	50
ne	64	29	30	50
CELKEM	100	100	100	100



Individuální dárcovství významně častěji pěstují organizace, které vznikly až po r. 1989 – věnují se mu tři z pěti těchto organizací. Z tradičních NNO, které vznikly před tímto datem, se mu věnuje jen necelá třetina.

Tab. Příjmy od individuálních dárců 2016 v celkových příjmech organizace dle období vzniku NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Vznik NNO do r. 1989	Vznik NNO 1990-2006	Vznik NNO 2007-2016
ano	29	59	60
ne	71	41	40
CELKEM	100	100	100



Individuální dárcovství v NNO silně souvisí s mírou jejich profesionalizace. NNO s vysokou mírou profesionalizace využívají individuální dárcovství téměř všechny. U nízko a středně profesionalizovaných NNO zaznamenáváme jen zhruba poloviční frekvenci využívání tohoto zdroje.

Tab. Příjmy od individuálních dárců v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle profesionalizace NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Nízká	Střední	vysoká
ano	44	47	90
ne	56	53	10
CELKEM	100	100	100



Vliv velikosti okruhu členů na individuální dárcovství není zcela jednoznačný, i když můžeme říci, že nejčastěji tento zdroj využívají NNO bez členů, a nejméně často NNO s velkým okruhem členů nemůžeme zde konstatovat vztah nepřímé úměry.

Tab. Příjmy od individuálních dárců v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle šíře okruhu členů NNO				
<i>N = 507, údaje v %</i>	Bez členů	Malý okruh členů	Střední okruh členů	Velký okruh členů
ano	65	50	58	43
ne	35	50	42	57
CELKEM	100	100	100	100



Velikost okruhu dobrovolníků NNO má na schopnost organizace využívat individuální dárcovství významný vliv. S rostoucím počtem dobrovolníků pracujících pro NNO, její schopnost získávat prostředky od individuálních dárců stoupá. Toto zjištění podporuje hypotézu o kultivaci dárců v rámci pyramidálního modelu diverzifikace dárců.

Tab. Příjmy od individuálních dárců v roce 2016 v celkových příjmech dle okruhu dobrovolníků NNO				
N = 507, údaje v %	Bez dobrovolníků	Malý okruh dobrovol.	Střední okruh dobrovol.	Velký okruh dobrovol.
ano	32	57	69	70
ne	68	43	31	30
CELKEM	100	100	100	100



Výskyt financování z individuálních darů pozitivně souvisí s velikostí okruhu zaměstnanců. NNO se středním a velkým okruhem zaměstnanců financují své aktivity z individuálních darů významně častěji než NNO bez zaměstnanců případně s malým okruhem zaměstnanců.

Tab. Příjmy od individuálních dárců v roce 2016 v celkových příjmech dle okruhu zaměstnanců NNO				
N = 507, údaje v %	Bez zaměstnanců	Malý okruh zaměstnanců	Střední okruh zaměstnanců	Velký okruh zaměstnanců
ano	45	45	63	84
ne	55	55	37	16
CELKEM	100	100	100	100



Přítomnost vysokoškoláků v NNO má na příjmy z individuálních darů pozitivní vliv. Kde je více vysokoškoláků, tam je větší pravděpodobnost, že zdroj individuálních darů bude v NNO využíván.

Tab. Příjmy od individuálních dárců v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle podílu VŠ v NNO			
N = 507, údaje v %	Žádní vysokoškoláci	Menšina vysokoškoláků	Většina vysokoškoláků
ano	36	61	64
Ne	64	39	36
CELKEM	100	100	100



NNO orientované na křehké a znevýhodněné cílové skupiny dvojnásobně častěji čerpají prostředky od individuálních dárců, než ty, které se věnují rozvojovým cílovým skupinám.

Tab. Příjmy od individuálních dárců v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle cílové skupiny NNO*			
N = 507, údaje v %	Křehké skupiny	Znevýhodněné skupiny	Rozvojové skupiny
ano	72	70	35
ne	28	30	65
Celkem	100	100	100

* Definici jednotlivých kategorií cílových skupin viz na str. 23 dole.

3.2. Postoje, které NNO zaujímají k individuálnímu dárcovství

Individuální dárcovství je naprostou většinou NNO hodnoceno jako vhodný nástroj pro jejich financování. V deseti procentech případů byl tento zdroj prostředků pro NNO hodnocen dokonce jako nejvhodnější. Jedna pětina organizací naopak individuální dárcovství pro sebe za vhodný zdroj příjmů nepovažuje. Uvedená data naznačují, že individuální dárcovství považuje za „svatý grál“ financování NNO jen malá část (jedna desetina) organizací a většina zastává manažerský postoj k jeho využití.

Tab. Představuje individuální dárcovství pro organizaci, jako je ta vaše		
	početnosti	podíl
nejvhodnější zdroj příjmů	51	10
vhodný zdroj příjmů	356	71
ne příliš vhodný zdroj příjmů	74	15
vůbec se pro ni nehodí	20	4
CELKEM	501	100



Vhodnost individuálního dárcovství, jako zdroje financování významně častěji oceňují NNO s dobrovolníky. Naopak organizace bez dobrovolníků ho častěji považují za zdroj ne příliš vhodný či dokonce nevhodný.

Tab. Individuálních dárcovství jako zdroj financování NNO dle okruhu jejich dobrovolníků				
<i>N = 507, údaje v %</i>	bez dobrovolníků	malý okruh dobrovol.	střední okruh dobrovol.	velký okruh dobrovol.
vhodné	71	84	86	86
nevhodné	29*	16	14	14
CELKEM	100	100	100	100



Všechny více či méně profesionalizované NNO většinou považují individuální dárcovství za vhodný zdroj financování NNO. Avšak nejčastěji tak činí vysoce profesionalizované NNO. Za nevhodný, ho naopak nejčastěji považují středně profesionalizované NNO.

Tab. Individuální dárcovství jako zdroj financování NNO dle jejich profesionalizace			
<i>N = 507, údaje v %</i>	nízká	střední	vysoká
vhodné	83	74	92
nevhodné	17	26	8
CELKEM	100	100	100



Ostatní identifikační znaky NNO nemají na postoj k individuálnímu dárcovství významný vliv.



Většina dotázaných NNO podniká kroky ke zvýšení příjmů od neanonymních individuálních dárců, což lze také považovat za vyjádření snahy o jejich dárcovskou kultivaci.

Tab. Podniká vaše NNO v současnosti nějaké kroky, aby zvýšila příjmy od neanonymních individuálních dárců		
	početnosti	podíl
ano	211	79
ne	56	21
CELKEM	267	100



Zatímco v případě neanonymních dárců se čtyři z pěti NNO snaží něco dělat, aby od nich zvýšily příjmy, v případě anonymních dárců to dělají jen tři z pěti. Kultivace neanonymních dárců ze strany NNO je tedy významně více pravděpodobná, než kultivace těch anonymních.

Tab. Podniká vaše NNO v současnosti nějaké kroky, aby zvýšila příjmy od anonymních individuálních dárců		
	početnosti	podíl
ano	140	57
ne	104	43
CELKEM	244	100



Postoj k individuálnímu dárcovství jako ke zdroji financování NNO má vliv na fundraisingovou činnost NNO v oblasti neanonymního individuálního dárcovství. Pozitivní postoj se dle očekávání pojí se zvýšenou mírou fundraisingové aktivity a naopak negativní postoj je častěji vázán s fundraisingovou pasivitou.

Tab. NNO podniká vaše kroky, aby vyšla příjmy od neanonymních individuálních dárců ve vztahu k hodnocení individuálního dárcovství jako zdroje financování		
podniká kroky	hodnocení	
	vhodný zdroj	Nevhodný zdroj
ano	81	62
ne	19	38
CELKEM	100	100



V případě anonymního dárcovství se věcná významnost tohoto vlivu ztrácí, i když rozdíly v míře fundraisingové aktivity mezi organizacemi s pozitivní a negativním postojem existují.

Tab. NNO podniká vaše kroky, aby vyšila příjmy od anonymních individuálních dárců / hodnocení individuálního dárcovství jako zdroje financování		
podniká kroky	hodnocení	
	vhodný zdroj	Nevhodný zdroj
ano	59	40
ne	41	60
CELKEM	100	100



Jestliže zkombinujeme hodnotící a konativní část postoje k individuálnímu dárcovství, dostáváme relativně komplexní postoj, který je většinou pozitivní. Negativní postoj lze připsat jedné pětině dotázaných NNO.

Tab. Postoj k individuálnímu dárcovství jako ke zdroji financování NNO		
	početnosti	podíl
Pozitivní	209	42
Spíše pozitivní	198	39
Spíše negativní	19	4
Negativní	75	15
Celkem	501	100

3.3. Dary pro NNO

Níže uvedená tabulka ukazuje, že hodnota aritmetického průměru je podstatně vyšší než hodnota mediánu, tedy střední hodnoty odpovídající hodnotě uváděné organizací, která stojí uprostřed pomyslné řady všech organizací ve vzorku, seřazené podle výše uváděných průměrných respektive nejčastějších hodnot darů (jinak řečeno, polovina organizací uváděla hodnoty vyšší, druhá polovina nižší). Je to dáno tím, že hodnotu průměru „vytahují“ vzhůru velmi vysoké hodnoty, uváděné několika málo organizacemi. Obecně lze tedy říci, že situaci „průměrné“ (ve smyslu „uprostřed řady stojící“) organizace lépe popisuje medián než aritmetický průměr.

Tab. Průměrná výše daru a nejčastěji darovaná suma od individuálních dárců			
	početnosti	průměr	medián
průměrná výška peněžitého daru od individuálních dárců v NNO	252	10 143	2 000
nejčastěji darovaná suma od individuálních dárců v NNO	260	9 578	1 000



Upozorňujeme, že zde prezentované údaje se vztahují pouze k organizacím, které nějaké příjmy od individuálních dárců mají. Tj. uvedené částky je potřeba vnímat na pozadí skutečnosti, že dary od jednotlivců představují v rozpočtu organizací relativně malý podíl a zároveň že téměř polovina všech ve výzkumu zúčastněných organizací uvádí, že v roce 2016 žádné dary od individuálních dárců nezískala (mezi volnočasovými organizacemi jsou to téměř 2/3).



Nejnižší hodnotu průměrného (i daru nejčastěji dávaného) daru deklarují advokační organizace. Ovšem je potřeba si uvědomit, že zároveň platí, že advokační organizace získávaly z individuálních darů největší část svého rozpočtu a měly relativně vysoký počet dárců (podstatně vyšší než volnočasové organizace).

Tab. Průměrná výška peněžitého daru od individuálních dárců v NNO dle typu organizace			
	početnosti	průměr	medián
volnočasové	58	9 925	5 000
servisní	139	12 981	2 000
advokační	25	2 679	767
jiné	29	3 742	1000



Při rozlišení na typy organizací se ukazuje, že volnočasové organizace vykazují nejmenší relativní rozdíl mezi průměrným a mediánovým darem, což znamená, že tyto organizace dostávají méně často velké (významně hodnotu mediánu převyšující) dary. Zároveň platí, že tyto organizace mají i v průměru relativně nejmenší okruh dárců.

Tab. Nejčastěji darovaná suma peněz od individuálních dárců v NNO dle typu organizace			
	početnosti	průměr	medián
volnočasové	58	7 516	4 000
servisní	141	11 421	1 000
advokační	27	4 409	333
jiné	33	9 839	700



Nejvyšší průměrnou (i nejčastěji dávanou) hodnotu daru uvádějí ty organizace, které pracují s „rozvojovými cílovými skupinami“. Jde například o organizace zaměřené na rozvoj sportu, na místní aktivity (hasiči). Tyto organizace deklarují, že pro ně dary od jednotlivců představují nejmenší část jejich rozpočtu (přibližně 4 % oproti 8-9 % u organizací zaměřených na „znevýhodněné“ respektive „křehké“ skupiny) a zároveň nejmenší část těchto organizací vůbec nějaké příjmy od individuálních dárců má.

Tab. Průměrná výška peněžitého daru od individuálních dárců v NNO dle cílové skupiny			
	početnosti	průměr	medián
křehké cílové skupiny	130	8 665	2 400
znevýhodněné cílové skupiny	46	7 100	1 350
rozvojové cílové skupiny	68	15 486	2200

Tab. Nejčastěji darovaná suma peněz od individuálních dárců v NNO dle cílové skupiny			
	početnosti	průměr	medián
křehké cílové skupiny	135	5 221	1 000
znevýhodněné cílové skupiny	47	2 214	500
rozvojové cílové skupiny	70	23 880	2 000



Výše darů (alespoň posuzováno podle mediánu) se s mírou profesionalizace snižuje. Můžeme zde hledat vztah k typu organizace, kdy výrazně nejnižší míru profesionalizace vykazují organizace volnočasové, které zároveň získávají dary v menším počtu – pokud je už ovšem dostanou, je hodnota těchto darů v průměru vyšší. Střední a vysokou míru profesionalizace pak vykazují spíše servisní a advokační organizace,

Tab. Průměrná výška peněžitého daru od individuálních dárců v NNO dle míry profesionalizace NNO			
	početnosti	průměr	medián
nízká	67	9 375	4 800
střední	89	11 423	2 000
vysoká	96	9 491	1 501

Tab. Nejčastěji darovaná suma peněz od individuálních dárců v NNO dle míry profesionalizace NNO			
	početnosti	průměr	medián
nízká	69	8 957	3 000
střední	91	16 701	1 000
vysoká	100	3 523	892



I to, že se s podílem vysokoškoláku v organizacích snižuje hodnota získaných darů, může působit kontraintuitivně (mohli bychom čekat, že vysokoškoláci budou mít spíše „fundraisingové“ dovednosti efektivní z hlediska získávání darů), ovšem je potřeba si uvědomit, že velké podíly vysokoškoláků se koncentrují zejména v advokačních organizacích, které, jak už jsme viděli, získávají spíše větší množství darů s menší hodnotou. Navíc, i když se hodnota daru s rostoucím počtem vysokoškoláků NNO snižuje, pravděpodobnost, že organizace bude financována z individuálních darů, roste.

Tab. Průměrná výška peněžitého daru od individuálních dárců v NNO dle podílu vysokoškoláků v NNO			
	početnosti	průměr	medián
žádní	39	6 720	3 000
menšina	128	11 329	2 500
většina	79	10 575	1 000

Tab. Nejčastěji darovaná suma peněz od individuálních dárců v NNO dle podílu vysokoškoláků v NNO			
	početnosti	průměr	medián
žádní	40	5 616	2 000
menšina	132	15 159	1 500
většina	82	3 137	500



Při pohledu na hodnotu aritmetického průměru darů v rozlišení podle počtu členů organizace neexistuje žádná lineární závislost s průměrnou výší hodnoty darů. Medián ovšem ukazuje jasně, že s růstem počtu členů roste i výše darů (byť ne darů s velmi vysokou hodnotou, které ovlivňují výši aritmetického průměru). Jde tedy o další zjištění, které podporuje hypotézu o kultivaci okruhu dárců.

Tab. Průměrná výška peněžitého daru od individuálních dárců v NNO dle šíře okruhu členů NNO			
	početnosti	průměr	medián
žádní členové	71	11 124	1 500
malý okruh	59	4 462	2 000
střední okruh	56	18 538	2 650
velký okruh	44	9 316	4 150

Tab. Nejčastěji darovaná suma peněz od individuálních dárců v NNO dle šíře okruhu členů NNO			
	početnosti	průměr	medián
žádní členové	77	7 251	1000
malý okruh	61	2 841	1 000
střední okruh	56	24 991	2 000
velký okruh	44	7 327	3 300

3.4. Profil okruhu dárců NNO

3.4.1. Velikost okruhu individuálních dárců je velmi důležitá nejen z hlediska potenciálního objemu prostředků, které lze z daného zdroje získat, ale i z hlediska legitimacy NNO jako aktérů veřejné politiky a veřejného dění vůbec. Ve více než v polovině případů zkoumaných NNO je však jejich okruh individuálních dárců velmi malý. Okruhem s více než 100 dárci disponuje jen čtvrtina organizací. Znovu zdůrazňujeme, že zde mluvíme pouze o organizacích, které nějaké dárcce mají, tj. přibližně o polovině ze všech organizací účastnících se výzkumu.

Tab. Velikost okruhu neanonymních dárců NNO		
	Početnosti	Podíl
velmi malý – do 20 dárců	140	55
malý od 21 do 100	48	19
střední od 101 do 1000	41	16
velký nad 1000 dárců	27	10
CELKEM	256	100



Malý rozsah dárcovského okruhu je typický především pro volnočasové organizace. Až čtyři z pěti těchto organizací přiznaly, že disponují jen velmi malým okruhem dárců a velký okruh dárců nemá žádná z nich. Servisní a advokační organizace jsou na tom s velikostí okruhu dárců výrazně lépe. Malý okruh dárců má jen necelá polovina z nich a častěji se vyznačují velkým okruhem dárců. U advokačních NNO dokonce více než čtvrtina uvedla, že má velký okruh individuálních dárců.

Tab. Velikost okruhu neanonymních dárců NNO dle typu organizace				
<i>N = 268, údaje v %</i>	volnočasové	servisní	advokační	jiné
velmi malý	80	48	44	44
malý	8	23	12	25
střední	12	17	16	22
velký	0	12	28	9
CELKEM	100	100	100	100



Profesionalizace má na velikost okruhu dárců významný pozitivní vliv. Tam, kde je vyšší profesionalita NNO, tam je pravděpodobněji i větší okruh dárců. Je potřeba zde upozornit, že míra profesionalizace souvisí s typem organizace – volnočasové organizace jsou v průměru

podstatně méně profesionalizované, než ty servisní i advokační a proto lze vliv typu organizace a míry profesionalizace na dárcovství jen těžko přesně rozlišit.

Tab. Velikost okruhu neanonymních dárců NNO dle míry její profesionalizace			
<i>N = 268, údaje v %</i>	nízká	střední	vysoká
velmi malý	78	66	29
malý	12	17	25
střední	9	10	26
velký	1	7	20
CELKEM	100	100	100



Rozsah okruhu dárců a rozsah okruhu dobrovolníků organizace mezi sebou významně souvisí. Velký okruh dobrovolníků se pojí s velkým okruhem dárců a malý okruh dobrovolníků signalizuje i malý okruh dárců.

Tab. Velikost okruhu neanonymních dárců NNO dle velikosti okruhu jejich dobrovolníků				
<i>N = 268, údaje v %</i>	žádní zaměstnanci	malý okruh zaměstnanců	střední okruh zaměstnanců	velký okruh zaměstnanců
velmi malý	78	66	43	36
malý	15	20	23	18
střední	2	9	23	26
velký	5	5	11	20
CELKEM	100	100	100	100



Podobným vztahem se vyznačuje i vztah mezi okruhem dárců a okruhem zaměstnanců. Čím větší bude okruh zaměstnanců, tím větší můžeme očekávat také okruh dárců.

Tab. Velikost okruhu neanonymních dárců NNO dle velikosti okruhu jejich zaměstnanců				
<i>N = 268, údaje v %</i>	žádní zaměstnanci	malý okruh zaměstnanců	střední okruh zaměstnanců	velký okruh zaměstnanců
velmi malý	83	59	58	32
malý	10	16	14	31
střední	5	16	16	22
velký	2	9	12	15
CELKEM	100	100	100	100

3.4.2. Dynamika vývoje okruhu individuálních dárců za poslední dva roky je spíše pozitivní. Největší podíl (téměř polovinu) zkoumaných NNO tvoří ty, kterým počet dárců roste. U dvou pětin zůstává stejný a jen třináct procent organizací uvedlo, že počet jejich dárců za poslední dva roky klesl.

Tab. Vývoj počtu individuálních dárců v NNO od r. 2014 do r. 2016		
<i>N = 268, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl
počet dárců rosti	130	48
počet dárců zůstal stejný	104	39
počet dárců klesl	35	13
CELKEM	269	100



Z hlediska vývoje rozsahu okruhu dárců jsou nejskeptičtější volnočasové organizace. Nejčastěji uvádějí, že jejich okruh dárců se zmenšoval a nejméně často registrovaly nárůst počtu dárců. Nicméně celkově je i u nich dynamika vývoje počtu dárců mírně pozitivní. Servisní a advokační organizace vykazují jednoznačně pozitivní vývoj velikosti okruhu jejich dárců. Z toho lze usuzovat, že legitimita zkoumaných NNO v očích občanů roste a to i navzdory diskreditační masmediální kampani extrémistických iniciativ v ČR.

Tab. Odhad vývoje počtu individuálních dárců dle typu organizace				
<i>N = 268, údaje v %</i>	volnočasové	servisní	advokační	jiné
počet dárců rostl	25	53	50	67
počet dárců zůstal stejný	56	36	36	24
počet dárců klesl	19	11	14	9
CELKEM	100	100	100	100



Ukázalo se, že profesionalita NNO má na dynamiku individuálního dárcovství pozitivní vliv. Počet dárců rostl nejčastěji tam, kde je nejvyšší míra profesionality.

Tab. Odhad vývoje počtu individuálních dárců dle míry profesionalizace NNO			
<i>N = 268, údaje v %</i>	nízká	střední	vysoká
počet dárců rostl	33	45	62
počet dárců zůstal stejný	54	36	31
počet dárců klesl	13	19	8
CELKEM	100	100	100

3.4.3. Získaná data naznačují, že **struktura** individuálních dárců má z hlediska velikosti jejich darů celkově pyramidální tvar, který má však poměrně velmi širokou základnu malých dárců, z níž v ostrém úhlu vyčnívají dva stupně středních a velkých dárců. Takový tvar, který spíše než pyramidu připomíná mexické sombrero, signalizuje, že v portfoliu dárců českých NNO je relativně menší podíl středně velkých dárců. Je ovšem potřeba zde uvést, že vycházíme pouze z odhadu samotných organizací, které, uváděly, jaký typ dárců v jejich portfoliu převažuje. Pokud ovšem tyto deklarace porovnáme s údaji organizací o průměrné výši darů od individuálních dárců, zdá se, že jsou tyto údaje v dobrém souladu.

Tab. Převažující typ dárce v NNO		
	Početnosti	Podíl
velcí dárce	12	5
středně velcí dárce	44	16
drobní dárce	212	79
CELKEM	270	100



Deficit středně velkých dárců je nejvíce patrný u advokačních organizací, které vykazují nejvíce anomální tvar dárcovské pyramidy, protože podíl organizací u nichž převažují velcí dárci je v této kategorii větší, než podíl těch u nichž převažují středně velcí dárci. K ideálnímu tvaru pyramidy mají o něco blíže servisní organizace, které však disponují nejmenším podílem organizací s převahou velkých dárců. Volnočasové NNO mají největší podíl organizací s převahou středně velkých dárců i velkých dárců a nejvíce se blíží ideálnímu tvaru dárcovské pyramidy.

Tab. Převažující typ dárce v NNO dle typu organizace				
<i>N = 268, údaje v %</i>	volnočasové	servisní	advokační	jiné
velcí dárci	10	1	11	3
středně velcí dárci	23	18	4	12
drobní dárci	67	81	85	85
CELKEM	100	100	100	100

3.4.4. Intenzita získávání darů od jednotlivců se odráží ve velikosti průměrného daru a v případě českých NNO je spíše nízká, protože mezi nimi významně převažují ty, které v průměru získávají drobné dary. Tři čtvrtiny oslovených NNO uvedlo, že jejich individuální dárci jim poskytují dary v průměru od 20 do 6000Kč. Patnáct procent NNO získává v průměru středně velké dary. Jen osm procent NNO má individuální dárce, jejichž průměrné dary přesahují hranici 15000Kč.

Tab. Velikost průměrného daru		
	Početnosti	Podíl
drobný – do 6000Kč	195	77
střední - od 6001 do 15000Kč	37	15
velký - nad 15000Kč	20	8
CELKEM	252	100



Na průměrnou velikost daru mají charakteristiky organizace jen malý vliv. Zaznamenali jsme souvislost jen s šířkou okruhu dobrovolníků, kde NNO bez dobrovolníků mají významně větší podíl velkých dárců, než ostatní organizace. Také organizace s nízkou mírou profesionalizace a volnočasové NNO (což, jak jsme už uváděli, jsou kategorie se značným překryvem) mají větší podíl středně velkých dárců.

3.4.5. Frekvence dávání darů ovlivňuje kvalitu dárcovství. S rostoucí frekvencí se dárcovství stává náročnější občanskou aktivitou. Pravidelní dárci, tj. ti kteří přispívají organizaci alespoň jednou za tři měsíce, nejsou ve dvou pětinach organizací, které nějaké dary od jednotlivců dostávají, vůbec zastoupeni. Ve stejném podílu NNO převažují nepravidelní dárci. Pravidelní dárci převažují v dárcovském okruhu jen u patnácti procent NNO.

Tab. Zastoupení pravidelných dárců v okruhu neanonymních dárců NNO		
	Početnosti	Podíl
0 %	111	42
více než 0 %, ale maximálně 25 %	82	31
více než 25 %, ale maximálně 50 %	28	11
více než 50 %, ale maximálně 75 %	16	6
více než 75 %	25	10
CELKEM	262	100



Nejméně pravidelných dárců mají volnočasové organizace. Kvalita okruhu jejich dárců z hlediska frekvence dávání darů je jednoznačně nejhorší. Jen desetina z nich uvedla, že pravidelní dárci v jejich dárcovském portfoliu převažují a téměř tři čtvrtiny z nich pravidelné dárce vůbec nemají. Naopak nejmenší podíl organizací, kterým v dárcovském okruhu absentují pravidelní dárci, mají advokační organizace. Dárcovské okruhy servisních organizací ve srovnání s ostatními, mají největší podíl těch, v nichž převažují pravidelní dárci.

Tab. Zastoupení pravidelných dárců v okruhu neanonymních dárců NNO dle typu organizace				
<i>N = 268, údaje v %</i>	volnočasové	servisní	advokační	jiné
0 % = nepravidelní dárci	72	34	29	32
více než 0 %, ale maximálně 25 %	7	38	39	35
více než 25 %, ale maximálně 50 %	5	10	18	18
více než 50 %, ale maximálně 75 %	2	6	11	12
více než 75 %	9	13	4	3
CELKEM	100	100	100	100



Profesionalizace NNO vykazuje významný pozitivní vliv na zastoupení pravidelných dárců v jejich dárcovských okruzích. Vysoce profesionalizované NNO mají nejmenší podíl nepravidelných dárců a největší podíl pravidelných dárců.

Tab. Tab. Zastoupení pravidelných dárců v okruhu neanonymních dárců NNO dle profesionalizace			
<i>N = 268, údaje v %</i>	nízká	střední	vysoká
0 % = nepravidelní dárci	67	51	18
více než 0 %, ale maximálně 25 %	14	30	43
více než 25 %, ale maximálně 50 %	9	9	14
více než 50 %, ale maximálně 75 %	3	3	11
více než 75 %	7	7	14
CELKEM	100	100	100

3.4.6. Stabilita okruhu dárců vypovídá o délce neanonymních dárcovských kariér v dané NNO. Čím větší podíl dárců s dlouhodobou kariérou, resp. dlouhodobých dárců v organizaci, tím stabilnější bude její okruh dárců. Dlouhodobými dárci rozumíme ty individuální dárci, kteří přispívají NNO alespoň tři roky za sebou. Ze získaných dat plyne, že dlouhodobí dárci převažují v dárcovském okruhu každé třetí zkoumané organizace, která je financována z individuálních darů. Většinou ale ve zkoumaných NNO převažují krátkodobé dárcovské kariéry a jedna pětina NNO dokonce nemá žádné dlouhodobé dárci.

Tab. Zastoupení dlouhodobých dárců v okruhu neanonymních dárců NNO		
	Početnosti	Podíl
0 % = krátkodobí dárci	45	18
více než 0 %, ale maximálně 25 %	85	33
více než 25 %, ale maximálně 50 %	45	17
více než 50 %, ale maximálně 75 %	34	13
více než 75 %	49	19
CELKEM	258	100



Dlouhodobí dárci nejčastěji převažují v okruhu volnočasových organizací. Nedá se ale jednoznačně říct, že volnočasové NNO mají nejstabilnější okruh dárců, protože zároveň mají i největší podíl krátkodobých dárců. Zde musíme připomenout, že finanční stabilita volnočasových NNO je zajišťována větším podílem příjmů z pravidelných členských příspěvků, které se ale nezapočítávají do darů, ale do kategorie příjmů z vlastní činnosti. Podíly organizací, v nichž dlouhodobí dárci převažují, jsou v servisních a advokačních organizacích zhruba vyrovnané. Dlouhodobí dárci převažují v jedné třetině z těchto organizací.

Tab. Zastoupení dlouhodobých dárců v okruhu neanonymních dárců NNO dle typu organizace				
<i>N = 257, údaje v %</i>	volnočasové	servisní	advokační	jiné
0 % = krátkodobí dárci	32	16	11	18
více než 0 %, ale maximálně 25 %	25	35	33	36
více než 25 %, ale maximálně 50 %	12	16	22	27
více než 50 %, ale maximálně 75 %	7	17	11	9
více než 75 %	32	16	22	9
CELKEM	100	100	100	100



Vyšší míra profesionalizace organizace se pojí s větším podílem dlouhodobých dárců a s nižším podílem krátkodobých dárců. Její vliv na stabilitu dárcovského okruhu je pozitivní.

Tab. Tab. Zastoupení dlouhodobých dárců v okruhu neanonymních dárců NNO dle profesionalizace			
<i>N = 268, údaje v %</i>	nízká	střední	vysoká
0 % = krátkodobí dárci	23	26	6
více než 0 %, ale maximálně 25 %	27	33	37
více než 25 %, ale maximálně 50 %	12	11	27
více než 50 %, ale maximálně 75 %	8	11	18
více než 75 %	29	20	12
CELKEM	100	100	100



Parametry frekvence a stability dárcovského okruhu definují čtyři základní typy okruhu dárců. Nej kvalitnějším je ten okruh, v němž převládají pravidelní a dlouhodobí dárci. Tímto typem okruhu dárců se vyznačuje jen jedna desetina zkoumaných NNO. Bohužel nejméně kvalitním okruhem dárců, kde dominují nepravidelní a krátkodobí dárci, se vyznačují až tři pětiny zkoumaných NNO.

Tab. Typy dárců, kteří převažují v okruhu neanonymních dárců NNO		
	Početnosti	Podíl
převažuje pravidelný a dlouhodobý	23	10
převažuje pravidelný a krátkodobý	11	5
převažuje nepravidelný a dlouhodobý	60	26
převažuje nepravidelný a krátkodobý	134	59
CELKEM	279	100

3.5. Formy a techniky individuálního dárcovství

O efektivitě darování nerozhodují pouze postoje k dárcovství, či organizační rámec (například míra profesionalizace), ale také techniky, které daná organizace využívá pro zprostředkování procesu darování. Tabulka ukazuje míru využití konkrétních forem individuálních darů mezi všemi organizacemi, které nějaké dary od jednotlivců v roce 2016 získaly.

Tab. Využívané formy individuálního dárcovství		
<i>N = 268, údaje v % (součet v řádcích 100 %)</i>		
	ano	ne
veřejná sbírka	48,0	52,0
benefiční akce (koncerty, aukce, tomboly ...)	48,7	51,3
smluvní dar	89,8	10,2
závěť	8,1	91,9



Následující tabulka prezentuje, jak se v míře využívání různých forem liší různé typy organizací. Je zřejmé, že „smluvní dar“ představuje u všech nejrozšířenější formu (a jak ukazuje další tabulka, jde také o způsob darování přinášející nejvíce peněz), zatímco ve využívání dalších možností se značně liší, respektive je možno říci, že volnočasové organizace je příliš nevyužívají.

Tab. Jakou formou jste v r. 2016 získávali individuální peněžní dary? (v buňkách jsou podíly respondentů z jednotlivých typů, kteří uvedli, že danou formu využívají)				
<i>N = 268, údaje v %</i>	volnočasové	servisní	advokační	jiné
veřejná sbírka	11,6	58,3	45,5	56,7
benefiční akce	25,6	58,8	38,1	44,8
smluvní dar	94,8	90,4	85,2	81,8
závěť	0,0	11,6	5,0	7,4



„Nejproduktivnějším“ zdrojem jsou ve své součtu jednoznačně smluvní dary, a to znovu ve všech námi sledovaných typech organizací. Zejména pro servisní organizace jsou ovšem důležitým a v řadě případů i nejpřínosnějším zdrojem veřejné sbírky a benefiční akce. Získávání darů na základě závěti je stále popelkou, ovšem (s výjimkou volnočasových organizací v našem vzorku) přeci jen využívanou.

Tab. Kterou formou vaše organizace v r. 2016 získala nejvíce prostředků?		
<i>N = 268, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl
veřejná sbírka	32	11,9
benefiční akce	25	9,3
smluvní dar	164	61,2
závěť	4	1,5
jinak	43	16,0
CELKEM	268	100,0

Tab. Kterou formou vaše organizace v r. 2016 získala nejvíce prostředků? (v buňkách jsou podíly respondentů z jednotlivých typů, kteří uvedli, že danou formu využívají)				
<i>N = 268, údaje v %</i>	volnočasové	servisní	advokační	jiné
veřejná sbírka	1,8	17,6	10,7	5,9
benefiční akce	7,0	11,5	3,6	8,8
smluvní dar	75,4	56,1	53,6	64,7
závěť	0,0	2,7	0,0	0,0
jinak	15,8	12,2	32,1	20,6
CELKEM	100,0	100,0	100,0	100,0



Při popisu forem, skrze které se realizuje individuální dárcovství je možno jít na ještě nižší úroveň – na úroveň forem plateb.

Tab. Jaké formy plateb využíváte v případě peněžního individuálního dárcovství?		
<i>N = 268, údaje v %</i>	ano	ne
DMS	31,5%	68,5%
platba v hotovosti do kasičky	50,2%	49,8%
platba v hotovosti do pokladny organizace	72,0%	28,0%
bankovní převod trvalým příkazem	62,8%	37,2%
jednorázový bankovní převod	96,4%	3,6%
online platba	43,1%	56,9%



S výjimkou DMS jsou všechny formy využívány alespoň polovinou organizací. I zde platí, že nejvíce využívají celé portfolio možností servisní organizace, v závěsu jsou organizace advokační a s velkým odstupem následují organizace volnočasové.

Tab. Jaké formy plateb využíváte v případě peněžního individuálního dárcovství? (v buňkách jsou podíly respondentů z jednotlivých typů, kteří uvedli, že danou formu využívají)				
<i>N = 268, údaje v %</i>	volnočasové	servisní	advokační	jiné
DMS	2,6%	38,7%	28,6%	42,9%
platba v hotovosti do kasičky	22,5%	63,0%	37,5%	46,4%
platba v hotovosti do pokladny organizace	62,7%	84,0%	54,5%	44,4%
bankovní převod trvalým příkazem	31,7%	70,0%	73,9%	64,5%
jednorázový bankovní převod	90,2%	97,8%	96,4%	100,0%
online platba	20,0%	45,0%	61,9%	53,3%



Nejčastější formou plateb ze strany dárců jsou jednorázové platební příkazy. To do jaké míry dominují nad trvalými příkazy, znovu naznačuje potenciál nestability financování zároveň i

potenciál kultivace dárcovských okruhů zkoumaných NNO. Tato situace se bohužel příliš neodlišuje ani v servisních a advokačních organizacích, které mají jinak v průměru kvalitu (ve smyslu stability a udržitelnosti) svých dárců lepší.

Kterou formu plateb jste v případech individuálního peněžního dárcovství v r. 2016 využili nejčastěji?		
<i>N = 268, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl
DMS	5	1,9
platba v hotovosti do kasičky	16	5,9
platba v hotovosti do pokladny organizace	39	14,4
bankovní převod trvalým příkazem	42	15,6
jednorázový bankovní převod	150	55,6
online platba	13	4,8
jinak	5	1,9
CELKEM	270	100,0

Kterou formu plateb jste v případech individuálního peněžního dárcovství v r. 2016 využili nejčastěji?				
<i>N = 268, údaje v %</i>	volnočasové	servisní	advokační	jiné
DMS	0,0	2,0	3,6	2,9
platba v hotovosti do kasičky	5,1	7,4	7,1	0,0
platba v hotovosti do pokladny organizace	28,8	10,8	7,1	11,8
bankovní převod trvalým příkazem	8,5	16,9	17,9	20,6
jednorázový bankovní převod	52,5	56,8	53,6	55,9
online platba	3,4	3,4	10,7	8,8
jinak	1,7	2,7	0,0	0,0
CELKEM	100,0	100,0	100,0	

➤ Různorodost využitých forem darování je možné považovat za jeden z ukazatelů odrážejících přístup organizace k dárcovství, ale samozřejmě také možnosti dané organizace. Pokud pro každou organizaci sečteme počet forem, které využívá, získáme složený ukazatel variability využívaných forem. Organizace (ty, které vůbec individuální darování využívají) v průměru využívají 3 formy plateb darů. Tabulka ukazuje distribuci počtu využívaných forem mezi organizacemi.

Tab. Počet využívaných forem plateb darů		
<i>N = 268, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl
1	54	20,1
2	68	25,3
3	52	19,3
4	39	14,5
5	31	11,5
6	25	9,3
CELKEM	269	100,0

➤ Podívejme se ještě na souvislost mezi variabilitou využívaných darů a dalšími charakteristikami organizací.

Tab. Variabilita využívaných forem plateb ve vztahu k typu organizace	
<i>N = 268, průměrný počet využívaných forem plateb</i>	Průměr
Volnočasové organizace	1,88
Servisní organizace	3,41
Advokační organizace	3,00
Jiné	3,12



Zde se pouze potvrzuje, co už naznačily tabulky výše. Nejvíce rozrůzněné portfolio forem mají servisní organizace, v průměru méně způsobů darování využívají organizace advokační a podstatně méně organizace volnočasové.

Tab. Variabilita využívaných forem plateb ve vztahu k profesionalizaci	
<i>N = 268, průměrný počet využívaných forem plateb</i>	Průměr
nízká	2,13
střední	2,90
vysoká	3,65

Tab. Variabilita využívaných forem plateb ve vztahu k šíři okruhu členů	
<i>N = 268, průměrný počet využívaných forem plateb</i>	Průměr
žádní	3,37
malý okruh	3,03
střední okruh	2,44
velký okruh	2,33

Tab. Variabilita využívaných forem plateb ve vztahu k podílu vysokoškoláků	
<i>N = 268, průměrný počet využívaných forem plateb</i>	Průměr
žádní	2,10
menšina (včetně 50 %)	3,06
většina	3,41

Počet forem darování má očekávatelný vztah k profesionalizaci organizace – více profesionalizované organizace využívají podstatně více forem. Stejně je to u podílu vysokoškoláků. V organizacích, kde je jich větší podíl, je využíván větší počet forem. Oproti tomu vztah k šíři okruhu členů je spíše substituční – organizace, které mají členů více, využívají méně forem plateb individuálních darů.

3.6. Práce NNO s okruhem dárců

6.1. Proces profesionalizace práce s okruhem dárců v současnosti významným způsobem zasahuje do praxe shromažďování darů od individuálních dárců. Téměř polovina dotazovaných organizací využívá služeb fundraisera. Dvě pětiny tak činí formou zaměstnaneckého úvazku. Využívání fundraisera jako externistu je charakteristické jen pro malou část NNO.

Tab. Využívání samostatné funkce fundraisera		
	početnosti	podíl
zaměstnáváme vlastního fundraisera	104	39
využíváme externího fundraisera	16	6
služeb fundraisera nevyužíváme	148	55
CELKEM	268	100



Služeb fundraisera nejčastěji využívají advokační a pak servisní organizace. Volnočasové NNO v naprosté většině případů fundraisera sami ani nezaměstnávají, a ani se neobracejí na externí fundraisingový servis.

Tab. Využívání samostatné funkce fundraisera dle typu organizace				
<i>N = 268, údaje v %</i>	volnočasové	servisní	advokační	jiné
zaměstnáváme vlastního fundraisera	12	48	54	33
využíváme externího fundraisera	0	8	3	9
služeb fundraisera nevyužíváme	88	44	43	58
CELKEM	100	100	100	100



Až na výjimky charakteristiky profilu NNO nemají významnější vliv na využívání služeb fundraisera. Jednou ze dvou výjimek je velikost okruhu dárců. Získaná data ukazují na vztah přímé úměry - čím větší okruh dárců, tím větší pravděpodobnost využívání fundraisera v organizaci.

Tab. Využívání samostatné funkce fundraisera dle velikosti okruhu dárců				
<i>N = 253, údaje v %</i>	velmi malý	malý	střední	velký
zaměstnáváme vlastního fundraisera	19	47	59	85
využíváme externího fundraisera	3	11	7	7
služeb fundraisera nevyužíváme	78	43	34	7
CELKEM	100	100	100	100

6.2. Komunikace NNO s dárci má nezpochybnitelný vliv na kvalitu jejich dárcovství. Důležité je, jestli se jedná o komunikaci jednosměrnou, monologickou anebo dialogickou, bezprostřední anebo distanční. Ukazuje se, že české NNO dávají spíše přednost monologické a distanční komunikaci. Monologické formy (zasílání děkovných dopisů a e-mailů) a distanční formy (zasílání informací a upomínkových předmětů) jsou pravidelně provozovány zhruba polovinou NNO. Dialogické formy komunikace s dárci (hromadná setkání, společné akce a osobní schůzky) se pravidelně praktikují jen u menšiny organizací. Tato část strategie kultivace dárců tedy příliš dobře nefunguje, což alespoň částečně vysvětluje proč je středně velkých dárců tak málo.

Tab. Komunikace NNO s neanonymními dárci				
<i>N = 282, údaje v %</i>	ne	občas	pravidelně	CELKEM
pořádáme hromadné setkání s dárci	64	24	12	100
zve je na akce organizace	9	42	49	100
účastníme se osobních schůzek	20	52	28	100
posíláme jim děkovné dopisy	24	55	51	100
posíláme jim děkovné e-maily	15	29	56	100
dáváme jim upomínkové předměty	35	46	19	100
zasíláme jim informace o využití darů	14	36	50	100
zasíláme jim aktuální informace o činnosti organizace	14	31	56	100



Na využívání dialogických forem komunikace nemá vliv ani profesionalizace a ani šíře okruhů členů, dobrovolníků či zaměstnanců NNO. Jediným faktorem, který má v tomto případě významný vliv je velikost okruhu dárců. Dá se říct, že využívání hromadných setkání s dárci charakterizuje spíše organizace se středním a velkým okruhem dárců.

Tab. Pořádání hromadných setkání s dárci dle velikosti okruhu dárců				
<i>N = 212, údaje v %</i>	velmi malý	malý	střední	velký
ne	79	84	36	30
občas	14	11	36	52
pravidelně	7	5	28	18
CELKEM	100	100	100	100



Na monologický typ komunikace mají identifikační znaky NNO vliv také jen ve výjimečných případech. Posílání děkovných dopisů ovlivňuje typ organizace - volnočasové NNO je posílají méně často, stejně jako NNO s rozvojovými cílovými skupinami. Naopak vysoko profesionalizované NNO a ty s velkým okruhem zaměstnanců posílají dopisy častěji. Děkovné e-maily posílají častěji vysoko profesionalizované NNO. Celkově se ukázalo, že

profesionalizace nehraje ve formách komunikace NNO s dárci tak významnou roli, jak by se dalo čekat.

Tab. Posílání děkovných dopisů dle velikosti okruhu dárců				
<i>N = 212, údaje v %</i>	velmi malý	malý	střední	velký
ne	34	17	23	4
občas	24	33	23	11
pravidelně	42	50	54	85
CELKEM	100	100	100	100



Na variabilitu distančních forem komunikace kromě velikosti okruhu dárců, nemá žádný ze zmiňovaných faktorů významnější vliv. Velký okruh dárců se pojí s větší pravděpodobností zasílání informací i upomínkových předmětů.

Tab. Zasílání informací o využití darů dle velikosti okruhu dárců				
<i>N = 212, údaje v %</i>	velmi malý	malý	střední	velký
ne	20	9	11	4
občas	35	48	30	15
pravidelně	45	43	59	81
CELKEM	100	100	100	100

Tab. Posílání upomínkových předmětů dle velikosti okruhu dárců				
<i>N = 212, údaje v %</i>	velmi malý	malý	střední	velký
ne	51	25	27	7
občas	35	53	60	56
pravidelně	14	22	13	37
CELKEM	100	100	100	100



6.3. Etika práce s dárci resp. filantropická zodpovědnost NNO patří k dárcovské kultuře, jejíž součástí je také kultura institucionalizovaného sbírání darů, kterou většinou zajišťují NNO. Jedním ze základních formálních ukazatelů kultury sbírání darů NNO je informace o tom, jestli se tato organizace v práci s dárci řídí psaným etickým kodexem. Organizace zařazené do našeho výzkumu se takovýmto kodexem většinou neřídí, protože ho nemají.

Tab. Etický kodex v NNO pro práci s dárci		
	početnosti	podíl
ano	96	36
částečně ano	11	6
ne	154	58
CELKEM	266	100



K základním pravidlům etického kodexu práce s dárci patří pravidlo předběžné opatrnosti, které nabádá prověřovat původ větších darů, jejichž přijetím by se organizace mohla zkompromitovat v očích veřejnosti. Důsledně toto pravidlo dodržuje jedna třetina NNO. Další zhruba třetina k němu přistupuje situačně dle získaných indicií a poslední necelá třetina se jím neřídí. Zajímavé je, že na dodržování pravidla předběžné opatrnosti nemá vliv míra profesionalizace NNO.

Tab. Prověřování původu větších darů v NNO		
	početnosti	podíl
Ano vždy	79	33
Ano, když máme indicie, že něco není v pořádku	82	35
Ne	70	29
jiná odpověď	8	3
CELKEM	239	100



Dobrym příkladem etické praxe je zasílání potvrzení o výši daru neanonymním dárcům, aby si dar mohli odečíst ze svého daňového základu. Zhruba dvě třetiny NNO toto potvrzení většinou svých individuálních dárců zasílá. Jen necelá desetina NNO tuto zásadu nedodržuje vůbec.

Tab. Podíl neanonymních dárců, který dostává ročně potvrzení o výši daru		
	početnosti	podíl
nedostávají	23	9
jen menšina	71	28
většina	163	63
CELKEM	257	100



Překvapivě, ani v tomto případě nebyl zaznamenán významnější vliv profesionalizace NNO. Dodržování zásady poslat potvrzení je ovlivněna pouze charakterem cílové skupiny zkoumané NNO. Nejčastěji potvrzení posílají NNO zaměřené na křehké cílové skupiny a nejméně často NNO, které pracují s rozvojovými skupinami.

Tab. Podíl neanonymních dárců, který dostává ročně potvrzení o výši daru dle cílové skupiny			
<i>N = 250, údaje v %</i>	křehké	znevýhodněné	rozvojové
nedostávají	4	10	19
jen menšina	31	29	19
většina	66	61	62
CELKEM	100	100	100



Abychom mohli vyjádřit etiku práce s dárci souhrnně, vytvořili jsme samostatnou proměnnou „etika práce“ která v sobě soustřeďuje jednotlivé výše uvedené parametry zodpovědné filantropie. Získaná data napovídají, že tři čtvrtiny zkoumaných NNO lze zařadit alespoň do pásma střední míry dodržování etických zásad práce s individuálními dárci.

Tab. Etika sbírání individuálních darů		
	početnosti	podíl
nízká	20	8
střední	192	74
vysoká	47	18
CELKEM	259	100



Znovu se potvrdil význam faktoru velikosti okruhu dárců. S růstem rozsahu okruhu individuálních dárců roste i etika sbírání darů v NNO.

Tab. Etika sbírání individuálních darů dle velikosti okruhu dárců				
<i>N = 212, údaje v %</i>	velmi malý	malý	střední	velký
Nízká	11	9	5	0
Střední	80	78	56	59
vysoká	9	13	39	41
CELKEM	100	100	100	100

IV. Interpretace získaných dat

4.1. Role dárcovství

4.1.1. Výchozí informací, která plyne ze získaných dat, je zjištění, že podíl individuálního dárcovství ve zdrojovém mixu NNO je malý a téměř polovina organizací ho nevyužívá. Situace tedy není příliš povzbudivá a intervence veřejné politiky na podporu využívání individuálních darů k veřejně prospěšným cílům je žádoucí. Je tomu tak i proto, že příjmy z dárcovství společně s příjmy z vlastní činnosti slouží jako nezbytný zdroj pro realizaci projektů podporovaných veřejnou správou, které vyžadují kofinancování ze strany NNO.

4.1.2. Zdrojový mix NNO je sice obecně poměrně hodně diverzifikovaný, ale není vyvážený. Neziskové organizace dominantně závisejí na zdrojích získaných z veřejných rozpočtů. Příjmy z individuálního dárcovství v jejich rozpočtech zatím hrají spíše doplňkovou roli. Podpora individuálního dárcovství je jednou z cest, jak závislost na státu oslabit a zvýraznit roli občanů v procesech ovlivňování řešení sociálních problémů a jak posilovat jejich zapojení do tvorby veřejných politik.

4.1.3. Přílišná závislost na státu a malá závislost na individuálních občanech (dárcích) vytváří potenciální hrozbu oslabování původní mise NNO i jejich občanské legitimacy, resp. jejich legitimacy jako reprezentantů veřejného zájmu. Pozitivním zjištěním je, že NNO již nastoupily cestu posilování podílu individuálního dárcovství ve svých rozpočtech a snaží se svou závislost na veřejných financích oslabit.

4.1.4. Situace uvnitř neziskového sektoru je z hlediska vyváženosti zdrojů značně diferencovaná. Hrozbám plynoucím z nevyváženosti zdrojů jsou nejvíce

vystaveny servisní organizace, u nichž příjmy z veřejných dotací a grantů činí více než polovinu všech zdrojů v jejich rozpočtech (konkrétně nejhůře jsou na tom zdravotní služby). Naopak největší vyvážeností svého zdrojového mixu se vyznačují advokační organizace a soukromé dary dokonce tvoří největší část jejich rozpočtu. U volnočasových organizací sice největší podíl tvoří příjmy z veřejných zdrojů, ale podíl příjmů z vlastní činnosti se mu přibližuje. V příjmech z dárcovství zaostávají jak za advokačními, tak za servisními organizacemi.

- 4.1.5. Navzdory současné problematické situaci v oblasti formování zdrojového mixu českých NNO, data z výzkumu signalizují značný rozvojový potenciál individuálního dárcovství v neziskovém sektoru. I když servisní organizace využívají individuální dary dvojnásobně častěji než volnočasové, ukazuje se, že rozvojový potenciál individuálního dárcovství je větší právě u nich, než třeba u volnočasových organizací.
- 4.1.6. Potenciál individuálního dárcovství jako perspektivního zdroje financování servisních NNO má totiž výrazně lepší dynamiku. Objem prostředků z individuálních darů se u servisních NNO za poslední dva roky zvyšoval častěji než u volnočasových. U těch naopak častěji klesal. Ukázalo se, že v tom hraje důležitou roli míra profesionalizace organizace, která pozitivně ovlivňuje jak schopnost organizací čerpat z individuálních darů, tak právě dynamiku dárcovství. A míra profesionalizace je u servisních organizací vyšší. Dá se říct, že profesionalizace je motorem rozvoje individuálního dárcovství především v jeho neanonymní formě.
- 4.1.7. Máme zde tedy jistý paradox, servisní organizace jsou sice nejvíce ohroženy nevyvážeností svého zdrojového mixu, ale disponují nejvyšším rozvojovým potenciálem individuálního dárcovství, který působí proti směru jejich závislosti na státu. Bohužel v důsledku nedostatku statistických dat v oblasti financování NNO, nevíme, jak se u servisních organizací vyvíjí dynamika těchto dvou zdrojů ve vzájemných relacích.

4.2. Postoje

- 4.2.1. Výzkum se nezaměřoval na zjišťování rozdílů v podpoře reziduální či emancipační hodnoty dárcovství. Ale spíše v rámci manažerského paradigmatu se snažil odkrýt vztah mezi hodnocením individuálního dárcovství jako vhodného zdroje financování NNO a jejich fundraisingovými aktivitami.
- 4.2.2. Naprostá většina organizací hodnotí význam individuálního dárcovství pro jejich financování pozitivně, což také implikuje významný potenciál pro rozvoj jeho emancipační hodnoty na půdě NNO. Lze vyslovit oprávněnou hypotézu, že v případě vhodnějších (legislativních) podmínek by NNO tento zdroj využívaly více.
- 4.2.3. Potvrdil se předpokládaný pozitivní vztah mezi hodnocením individuálního dárcovství jako vhodného zdroje financování a skutečnou fundraisingovou aktivitou NNO v oblasti individuálního dárcovství. Ukázalo se, také že tento vztah je silnější v případě neanonymního dárcovství než v případě anonymního. Toto zjištění poukazuje na význam kultivace okruhu dárců NNO.
- 4.2.4. To může být důsledkem silnějšího sociálního pouta NNO s okruhem neanonymních dárců, což by znamenalo, že jakmile si organizace vytvoří (skultivuje) okruh neanonymních dárců, vytváří si i silný důvod pokračovat ve svých fundraisingových aktivitách v oblasti individuálního dárcovství. Dá se říct, že zvyšování kvality okruhu dárců (směrem k neanonymnímu a pravidelnému dárcovství) je hnací silou, která zvyšuje objem příjmů organizace z individuálního dárcovství, protože následná zpětná vazba, kterou neziskovým organizacím poskytují neanonymní dárci, povzbuzuje NNO pokračovat ve využívání a kultivování tohoto zdroje. Je to sebe se posilující

mechanismus, který však k masovějšímu nastartování potřebuje výraznější impuls např. v podobě externího legislativního zásahu, který vytvoří lepší podmínky pro kultivaci okruhu dárců.

4.3. Dary

- 4.3.1. Informace o výšce průměrného či nejčastěji poskytovaného daru je pro zásah veřejné politiky do podmínek individuálního dárcovství klíčová, jestliže má podpořit právě proces zkvalitňování okruhu individuálních dárců neziskových organizací.
- 4.3.2. Případná legislativní intervence, která by chtěla zvýhodnit co největší počet dárců, by měla cílit na skupinu dárců, jejichž peněžní dary se pohybují do hodnoty 2 000Kč, protože jde o nejpočetnější skupinu dárců NNO (62 % zúčastněných organizací uvedlo, že nejčastější hodnota finančních darů, které dostávají, je rovna maximálně této částce). Zároveň lze říci, že hodnota daru 1000 Kč představuje organizacemi vůbec nejčastěji uváděnou částku jejich „typických“ (modálních) darů. Lze tedy říci, že dárce s hodnotou daru mezi 1000 Kč a 2000 Kč tedy představují jakousi jádrovou skupinu, kterou by měli mít na paměti autoři zamýšlených intervencí.
- 4.3.3. Kumulativní roční částka 2000Kč je zároveň typická jak pro krátkodobé, tak pro dlouhodobé dárcy takže orientace na skupinu dárců, jejichž dary se pohybují kolem hranice 2000Kč bude mít významný dopad na stabilitu dárcovských okruhů neziskových organizací.
- 4.3.4. Čím menší bude částka (mezi 1000 a 2000Kč) na níž bude podpora směřovat, tím více budou podpořeny vysoce profesionalizované NNO (tj. spíše servisní organizace, a organizace pracující s křehkými a znevýhodněnými cílovými skupinami).

- 4.3.5. Čím bude tato částka vyšší, tím více budou podpořeny nízkoprofesionalizované NNO (tj. spíše dobrovolnické organizace a organizace pracující s rozvojovými cílovými skupinami).

4.4. Profil okruhu dárců NNO

- 4.4.1. Evaluace kvality okruhu individuálních dárců NNO se soustředila na několik základních parametrů identifikovaných v teoretické části studie: 1. velikost, 2. dynamika, 3. struktura, 4. intenzita, 5. frekvence a 6. stabilita. Dohromady vytvářejí jednotlivé hodnoty těchto parametrů celkový profil dárců neziskových organizací.
- 4.4.2. Obecně lze konstatovat, že dárcovský profil českých neziskových organizací není příliš kvalitní.
- **Velikost** jejich dárcovských okruhů je převážně velmi malá.
 - **Struktura** dárcovských okruhů má sice pyramidální tvar, který se ale celkově dost podobá špičatému mexickému sombrero, což signalizuje deficit středně velkých dárců i deficit kultivačních snah NNO.
 - **Intenzitu** individuálního dárcovství charakterizuje převaha drobných dárců.
 - **Frekvence** dávání darů je spíše nepravidelná.
 - **Stabilita** okruhu dárců je podlamována převahou krátkodobých dárcovských kariér.
 - Jen **dynamika** velikosti dárcovských okruhů má spíše vzestupnou tendenci. To je ale velmi důležitý údaj z hlediska budoucnosti protože otevírá možnost překonat současný nedobrý stav a vytváří předpoklady pro úspěšný dopad případného legislativního zásahu do podmínek kultivace individuálního dárcovství.
- 4.4.3. Jak už bylo konstatováno, velikost okruhu individuálních dárců je velmi důležitá nejen z hlediska potenciálního objemu prostředků, které lze z daného zdroje získat, ale i z hlediska legitimacy NNO jako aktérů veřejné politiky a veřejného dění vůbec. Nejvyšší je ten dárcovský okruh, v němž převládají pravidelní a dlouhodobí (loajální) dárci. Tímto typem okruhu dárců

se ale vyznačuje jen jedna desetina NNO. Bohužel nejméně kvalitním okruhem dárců, kde dominují nepravidelní a krátkodobí dárci, se vyznačují až tři pětiny NNO.

- 4.4.4. Kvalita okruhu dárců je významně diferencovaná podle jednotlivých kategorií neziskových organizací. Nejlépe jsou na tom servisní organizace, které mají nejširší základnu drobných dárců, největší podíl pravidelných dárců a disponují největším podílem organizací, kde počet dárců roste.

Tab. Profil okruhu neanonymních dárců NNO dle typu organizace			
	volnočasové	servisní	advokační
velikost	výrazně převažuje velmi malý okruh	v polovině případů velmi malý okruh	největší podíl organizací s velkým okruhem
dynamika	nejmenší podíl organizací kde počet dárců roste	největší podíl organizací kde počet dárců roste	v polovině organizací okruh roste
struktura	blíží se ideálnímu tvaru dárcovské pyramidy	nejmenší podíl organizací s převahou velkých dárců	nejmenší podíl organizací s převahou středních dárců
intenzita	převažují drobné dary	převažují drobné dary	převažují drobné dary
frekvence	výrazně převažují nepravidelní dárci	největší podíl organizací, kde převažují pravidelní dárci	nejmenší podíl organizací kde absentují pravidelní dárci
stabilita	největší podíl krátkodobých i dlouhodobých dárců	dlouhodobí dárci převažují v jedné třetině případů	dlouhodobí dárci převažují v jedné třetině případů

Za nimi následují advokační organizace, které mají největší podíl organizací s velkým okruhem dárců a největší podíl velkých dárců. Mají tedy více velkých dárců a větší okruhy dárců, ale ty nejsou tak kvalitní, co se týče frekvence a stability. Nejhorší kvalitou okruhu dárců se vyznačují volnočasové organizace. Okruhy jejich dárců jsou převážně velmi malé, většinou nerostou, mají úzkou základnu drobných dárců a dárci v nich přispívají spíše nepravidelně.

- 4.4.5. Získaná data nepodporují hypotézu o převládající manažerské strategii, kterou převzaly vysoce profesionalizované neziskové organizace, jež se orientují spíše na malý počet velkých dárců. Vysoká profesionalizace NNO se váže spíše s orientací na větší okruh drobných dárců. Z hlediska legitimacy NNO to lze hodnotit, jako jeden z pozitivních trendů v oblasti individuálního dárcovství v ČR.
- 4.4.6. Získaná data podporují hypotézu o vlivu emocionálního altruismu na ochotu přispívat individuálními dary. Organizace orientované na křehké a

znevýhodněné cílové skupiny, které vzbuzují vyšší hladinu emocionálního altruismu, jsou úspěšnější v čerpání prostředků od individuálních dárců, než ty, které se věnují rozvojovým cílovým skupinám, jež tak vysokou hladinu emocionálního altruismu nevzbuzují.

5. Formy a techniky

- 4.5.1. Většina organizací využívající individuální dárcovství se soustřeďuje na formu nenáročnou na organizaci - smluvní dary. Zejména to platí pro volnočasové organizace. Servisní a advokační organizace častěji využívají i další formy včetně závěti.
- 4.5.2. Pro někoho možná překvapivě „nejproduktivnějším“ zdrojem jsou jednoznačně smluvní dary. Mediálně velmi populární DMS nevyužívá ani polovina organizací. Nejvíce rozrůzněné portfolio forem mají servisní organizace, v průměru méně způsobů darování využívají organizace advokační a podstatně méně organizace volnočasové.
- 4.5.3. Pokud se podíváme na využívané formy plateb, tou nejčastější jsou jednorázové bankovní převody (přibližně 4x častější než platby na základě trvalého příkazu). Čím je organizace více profesionalizovaná, tím více forem plateb darů využívá.
- 4.5.4. Oproti tomu čím více má členů, tím je variabilita forem plateb nižší. To má souvislost i s rozdělením organizací do základních typů - volnočasové organizace mají okruh svých členů spíše širší a zároveň jsou v průměru méně profesionalizované, což obojí souvisí s užším okruhem využívaných forem.

4.6. Práce s okruhem dárců

- 4.6.1. V kultivaci okruhu svých dárců mají NNO značné rezervy. Svědčí o tom zjištění, že české NNO dávají spíše přednost monologické (zasílání děkovných dopisů a e-mailů) a distanční formě (zasílání informací a upomínkových předmětů) komunikace, které neotevírají prostor pro občanskou participaci dárců. Tento neuspokojivý stav kultivace dárců kontrastuje s pozitivním trendem prolínání růstu profesionalizace NNO a růstu velikosti okruhu individuálních dárců.
- 4.6.2. Míra profesionalizace však nemá na preference monologických a distančních forem komunikace významný vliv a to navzdory tomu, že dvě pětiny organizací zaměstnávají fundraisera. Jediným faktorem, který má v tomto případě významný vliv má, je velikost okruhu dárců. Dá se říct, že dialogická forma komunikace s dárci se váže spíše na organizace se středním a velkým okruhem dárců.
- 4.6.3. Filantropická zodpovědnost NNO je stále jejich slabinou v práci s individuálními dárci a vytváří významnou překážku v procesu zkvalitňování okruhu dárců. Etika sbírání darů je většinou na střední úrovni a je zde velký prostor pro zlepšení. Znepokojující je, že nebyl zaznamenán významnější vliv profesionalizace NNO na jejich kulturu sbírání darů.

V. Závěry

Dle údajů WGI, Česká republika v mezinárodním srovnání zaostává v rozvoji individuálního dárcovství za moderními společnostmi. Emancipační význam dárcovství jako modernizačního trendu zřejmě nebyl naší veřejnou politikou dostatečně rozeznán a podpořen.

Obecná strategie profesionalizace neziskových organizací, kterou prostřednictvím své grantové a dotační politiky společně prosazují Evropská unie i česká veřejná správa trend rozvoje dárcovství zachycuje spíše okrajově a orientuje NNO především na čerpání veřejných zdrojů.

Cesta profesionalizace NNO pomáhá rozvíjet také individuální dárcovství, ale rozhodně to není všelék na problémy, které NNO mají při své snaze čerpat prostředky z tohoto zdroje a dosahovat vyváženějšího složení svých zdrojů. Důležitým faktorem dalšího rozvoje individuálního dárcovství bude šíření povědomí o jeho emancipačním významu v moderní společnosti a vytváření vhodných legislativních podmínek, které budou cílit na zkvalitňování okruhu dárců neziskových organizací.

Zdrojový mix českých NNO je sice obecně poměrně hodně diverzifikovaný, ale není vyvážený. Neziskové organizace vcelku dominantně závisejí na zdrojích získaných z veřejných rozpočtů. Podíl individuálního dárcovství na celkové struktuře zdrojů NNO je malý a téměř polovina organizací ho nevyužívá.

Relativně vyváženou strukturou zdrojů disponují jen advokační organizace a jejich závislost na státu je nejmenší ve srovnání s volnočasovými a servisními organizacemi, což jim uvolňuje ruce při jednání s institucemi veřejné správy a umožňuje jim vůči nim zaujímat i kritické postoje. Na druhé straně jejich třicetiprocentní podíl příjmů z veřejných zdrojů stále představuje významný tlak na strategické rozhodování těchto organizací.

Vzhledem k převaze drobných dárců je stabilita individuálního dárcovství do značné míry závislá na mobilizaci altruistických emocí, kterou je ale pro NNO není možné zajistit po delší

časovou dobu. Hlavně je potřeba zdůraznit, že volnočasové organizace, které se zaměřují na rozvojové cílové skupiny, s větším účinkem faktoru emocionálního altruismu ani nemohou počítat. Zato mohou více spoléhat na pravidelné členské příspěvky a lokální patriotismus.

Kvalita dárcovského okruhu je výrazně profilována podílem pravidelných a dlouhodobých dárců, bohužel tímto typem okruhu dárců se vyznačuje jen jedna desetina NNO. Naopak nejméně kvalitním okruhem dárců, kde dominují nepravidelní a krátkodobí dárci, se vyznačuje většina českých NNO.

Situace uvnitř neziskového sektoru je z hlediska vyváženosti zdrojů značně diferencovaná. Hrozbám plynoucím z nevyváženosti zdrojů jsou nejvíce vystaveny servisní organizace, u nichž příjmy z veřejných dotací a grantů činí více než polovinu všech zdrojů v jejich rozpočtech (konkrétně nejhůře jsou na tom zdravotní služby). Větší vyvážeností svého zdrojového mixu se vyznačují tradiční zájmové organizace, které ovšem trpí nejhorší kvalitou dárcovských okruhů.

Zatímco servisní organizace trpí především zdrojovou asymetrií a nedostatkem velkých dárců, individuální dárcovství volnočasových organizací strádá odlivem dárců a nízkou kvalitou dárcovských okruhů. Advokační organizace se nacházejí někde mezi a výraznější slabiny v dárcovských okruzích nemají.

Dlouhodobou slabinou českých NNO je nedostatečná míra jejich filantropické zodpovědnosti. Na tomto poli selhává i strategie profesionalizace. Zde zřejmě musí NNO spoléhat více na vlastní síl a vydat se cestou rozvoje posilování vnitřní samoregulace neziskového sektoru. Impuls k revitalizaci sebe se posilujícího mechanismu zkvalitňování individuálního dárcovství musí tedy NNO vygenerovat i samy a nespoléhat jen externí legislativní zásah.

Individuální dárcovství bude pravděpodobně ještě dlouho zůstat v pozici doplňkového zdroje ve srovnání s prostředky, které NNO získávají z veřejných zdrojů, nebo z vlastní činnosti. Nicméně příklady vyspělých demokratických zemí ukazují, že individuální dárcovství může mít u nás velký růstový potenciál.

Hlavní vzkaz, který přes výzkum NNO k veřejné správě vyslaly je, že si přejí rozvoj individuálního dárcovství, snaží se ho samy rozvíjet, rozšiřovat a zkvalitňovat okruhy svých dárců, ale narážejí na překážky, které nedokáže překonat, ani zvýšená míra jejich profesionalizace.

Literatura

Andreoni, J. (2006). Leadership Giving in Charitable Fund-Raising. *Journal of Public Economic Theory*, 8 (1), pp. 1–22.

Carroll D. A., Stater K. J. (2009). Revenue diversification in nonprofit organizations: Does it lead to financial stability? *Journal of Public Administration Research and Theory*, 19, 947-966.

ČVT. 2017. Pozice značky Člověk v tísní. Pro ČVT zpracoval Median na základě telefonického dotazování 1018 respondentů. Nepublikované výsledky výzkumu.

DiMaggio, Paul J., and Walter W. Powell. 1983. "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields." *American Sociological Review* 48:147-60.

Donati, P. (2003). Giving and Social Relations: The Culture of Free Giving and its Differentiation Today. *International Review of Sociology*, 13:2, 243-272.

Fioramonti, L., Heinrich, V. F. (2007). How Civil Society Influences Policy: A Comparative Analysis of the CIVICUS Civil Society Index in Post-Communist Europe. *CIVICUS/ODI Research Report*. [online].
<http://www.ngobg.info/bg/documents/49/426civicus.odi.fioramonti.heinrich.pdf>

Foster, M. and Meinhard, A. (2000). Revenue Diversification as a Strategic Response by Canada's Nonprofit Sector. Centre for Voluntary Sector Studies, Ryerson University, Working Paper Series, Vol. 3.
[http://www.ryerson.ca/content/dam/cvss/files/new-WORKING-PAPERS/WP12%202000\(3\)%20Revenue%20Diversification....Strategic%20Response.pdf](http://www.ryerson.ca/content/dam/cvss/files/new-WORKING-PAPERS/WP12%202000(3)%20Revenue%20Diversification....Strategic%20Response.pdf)

Foster, M.K., & Meinhard, A.G. (2005). Diversifying revenue sources in Canada: Are women's voluntary organizations different? *Nonprofit Management and Leadership*, 16(1), 43- 60.

Freise, M. (2012). How to Domesticize civil society by public-private partnerships: Evidence from German local health policy. In: van Deth, J. W. and Maloney, W. A. (Eds.) *New Participatory Dimensions in Civil Society: Professionalization and individualized Collective action*. London: Routledge, str. 15-26.

Frič, P. et al. (2001). *Dárcovství a dobrovolnictví v České republice: Výsledky výzkumu NROS a AGNES*. Vyd. první. Praha : AGNES a NROS, 115 s

Frič, P., Pospíšilová T. et al. *Vzorce a hodnoty dobrovolnictví v české společnosti na začátku 21. století*. Praha: Agnes .

Frič, P.ed. (2016). *Občanský sektor v ohrožení?* Praha: SLON.

Froelich, K. A. (1999). Diversification of revenue strategies: Evolving resource dependence in nonprofit organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 28(3), 246–268.

Gronbjerg K. (1993). *Understanding nonprofit funding: Managing revenues in social service and community development organizations*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Hladká, M., Šinkyříková, T. (2009). *Dárcovství v očích veřejnosti*. Brno: CVNS.
http://cvns.econ.muni.cz/prenos_souboru/is/soubory/web/101-scan5-darcovstvivoicichverejnosti.pdf

Kolektiv autorů. (2009). *Analýza potřeb nestátních neziskových organizací*. Souhrnná zpráva. Praha: Nadace Partnerství.

MEDIAN. (2010). *Postoje k problematice dárcovství. Výzkum pro Nadaci SIRIUS*.
<http://www.nadacesirius.cz/soubory/ke-stazeni/postoje-cechu-k-darcovstvi-pruzkum-median.pdf>

Mitchell, G. (2012). Strategic responses to resource dependence among transnational NGOs Registered in the United States. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 1–25.

Nadace VIA (2015). Vývoj soukromého dárcovství v České republice v letech 2000 až 2014. <http://www.nadacevia.cz/2015/12/17/cesi-daruji-stale-vice-pocet-daru-roste-rychleji-nez-hdp/>

Novotný, J., M. Lukeš a kol. (2008). *Faktory úspěchu nestátních neziskových organizací*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1473-4.

Payton, R. L. (1988). *Philanthropy: Voluntary Action for the Public Good*. New York: Macmillan.

Payton, R. L. and Moody, M. L. (1988). *Understanding Philanthropy. Its Meaning and Mission*. Bloomington: Indiana University Press.

Reich, R. (2014) Gift Giving and Philanthropy in Market Democracy. *Critical Review* 26 (3-4):408-422.

Řežuchová, M. (2011) *Dárcovství v číslech*. Brno: CVNS. http://cvns.econ.muni.cz/prenos_souboru/is/soubory/web/95-scan4-darcovstvivicislech.pdf

Salamon, L. M. (2015). *The Resilient Sector Revisited: The New Challenge to Nonprofit America*. Washington: The Brookings Institution.

Skocpol, T. (2004a). Voice and Inequality: The Transformation of American Civic Democracy. *Perspectives on Politics* 2(1): 3–20.

Skocpol, T. (2004b). *Diminished Democracy: From Membership to Management in American Civic Life*. Norman: University of Oklahoma Press.

STEM (2015). *Filantropie v zrcadle výzkumu*.

STEM / MARK. (2012). *Pravidelné dárcovství v ČR. Výzkum provedený ve vzorku 1088 respondentů pro organizaci ADRA*. <https://www.adra.cz/mince-denne/pravidelne-darcovstvi-v-cr>

Strečanský, B. (2000). Na ceste za filantropiou, charitou, mecenstvom a sponzorstvom. In: *Čítanka pre pokročilé neziskové organizácie*. Centrum prevencie a riešeniakonfliktov. 1. vyd.

Škarabelová, S., Janoušková, M., Veselý, M. (2008). *Dopady čerpání fondů Evropské unie na změny v organizační struktuře nestátních neziskových organizací*. 1. vyd. Brno: Společnost pro studium neziskového sektoru.

Weisbrod, B. A. (1998). Guest Editor's Introduction: The Nonprofit Mission and Its Financing. *Journal of Policy Analysis and Management*, Vol. 17, No. 2, 165-174.

PŘÍLOHA 1

Rada vlády pro nestátní neziskové organizace

Dotazník k výzkumu individuálního dárcovství v NNO

1. Podle Vašeho názoru představuje individuální dárcovství pro organizaci, jako je ta vaše:

- a) nejvhodnější zdroj příjmů
- b) vhodný zdroj příjmů
- c) ne příliš vhodný zdroj příjmů
- d) vůbec se pro ni nehodí

2. Odhadněte (v %), jaký podíl příjmů v rozpočtu vaší organizace v r. 2016 činily následující položky:

- a) dotace a granty z veřejných rozpočtů%
- b) granty od domácích nadací%
- c) granty od zahraničních nadací%
- d) tržby z vlastní činnosti%
- e) dary od firemních dárců%
- f) členské příspěvky (poplatky)%
- g) oddílové příspěvky%
- h) dary od individuálních dárců% (pokud Vaše organizace neměla v roce 2016 žádné příjmy z darů od individuálních dárců prosím přejděte rovnou do závěrečné sekce věnované charakteristice vaší organizace (otázky označené O1 až O17))
- i) jiné%

3. Podíl příjmů z individuálního dárcovství na rozpočtu vaší organizace se od roku 2014 do konce roku 2016:

- a) zvýšil
- b) zůstal stejný
- c) snížil

4. Podniká vaše organizace v současnosti nějaké kroky, aby zvýšila příjmy od:

- a) **ne**anonymních individuálních dárců 1 ano 2 ne
- b) anonymních individuálních dárců 1 ano 2 ne

5. Kolik měla vaše organizace v roce 2016 individuálních dárců (anonymních i neanonymních)?

.....

6. Podle vašeho odhadu, celkový počet individuálních dárců vaší organizace od roku 2014 do konce roku 2016:

- a) vzrostl
- b) zůstal stejný
- c) klesl

7. Odhadněte, prosím, jaká byla průměrná výška peněžitého daru od vašich individuálních dárců v r. 2016? Zapište číslo vyjadřující průměrnou výši daru v Kč.

.....
8. Odhadněte, prosím, přibližně jakou sumu peněz v roce 2016 darovali vaši individuální dárci nejčastěji? Zapište číslo vyjadřující odhad hodnoty nejčastěji poskytovaného daru v Kč.

.....
Drobnými dárci nazýváme ty individuální dárcce, kteří přispívají organizaci menší částkou, než je 6 tisíc Kč ročně.

Středně velkými dárci nazýváme dárcce, kteří přispívají od 6 do 15 tisíc Kč ročně.

A za **velké dárcce** považujeme ty, kteří přispívají částkou nad 15 tisíc Kč ročně.

9. Podle vašeho názoru mezi dárci vaší organizace převažují:

- a) drobní dárci
- b) středně velcí dárci
- c) velcí dárci
- d) jiná odpověď (VYPIŠTE!)

.....
Pravidelnými dárci nazýváme ty individuální dárcce, kteří přispívají organizaci alespoň jednou za tři měsíce.

10. Odhadněte, prosím, jaký podíl tvoří **pravidelní dárci** ze všech **neanonymních** individuálních dárců vaší organizace?

.....%...

Dlouhodobými dárci nazýváme ty individuální dárcce, kteří přispívají organizaci alespoň tři roky za sebou.

11. Odhadněte, prosím, jaký podíl tvoří **dlouhodobí dárci** ze všech **neanonymních** individuálních dárců vaší organizace? (Bereme přitom na vědomí, že skupina pravidelných a dlouhodobých dárců se mohou překrývat.)

.....%...

12. Odhadněte, prosím, jaká byla v r. 2016 průměrná výška peněžitého daru od vašich **dlouhodobých dárců**?

.....

13. Jakou formou jste v r. 2016 získávali individuální peněžní dary?

- a) veřejná sbírka *ano ne*
- b) benefiční akce (koncerty, aukce, tomboly ...)
- c) smluvní dar *ano ne*
- d) závěť *ano ne*
- e) jinak (VYPIŠTE!)

14. Kterou formou, z výše uvedených, vaše organizace v r. 2016 získala nejvíce prostředků?

- a) b) c) d) e)

15. Jaké formy plateb využíváte v případě peněžního individuálního dárcovství? (Zvolte všechny formy plateb, které vaše organizace využila v roce 2016.)

- a) DMS *ano ne*
- b) platba v hotovosti do kasičky *ano ne*

- | | | |
|--|------------|-----------|
| c) platba v hotovosti do pokladny organizace | <i>ano</i> | <i>ne</i> |
| d) bankovní převod trvalým příkazem | <i>ano</i> | <i>ne</i> |
| e) jednorázový bankovní převod | <i>ano</i> | <i>ne</i> |
| f) online platba | <i>ano</i> | <i>ne</i> |
| g) jinak (VYPIŠTE!) | | |

16. Kterou z nich jste v r. 2016 využili nejčastěji?

- a) b) c) d) e) f) g)

17. Jakým způsobem oslovujete své potenciální peněžní dárce? (Zvolte všechny formy oslovení, které vaše organizace využila v roce 2016.)

- | | | |
|--|------------|-----------|
| a) inzerce | <i>ano</i> | <i>ne</i> |
| b) výzva na webových stránkách organizace | <i>ano</i> | <i>ne</i> |
| c) pouliční fundraising (náhodné oslovení) | <i>ano</i> | <i>ne</i> |
| d) cílený osobní kontakt | <i>ano</i> | <i>ne</i> |
| f) dopisem (direct mailing) | <i>ano</i> | <i>ne</i> |
| e) telefonicky (telemarketing) | <i>ano</i> | <i>ne</i> |
| f) e-mail marketing | <i>ano</i> | <i>ne</i> |
| g) jinak (VYPIŠTE!) | | |

18. Který způsob jste v r. 2016 využili nejčastěji?

- a) b) c) d) e) f) g)

19. Zaměstnáváte vlastního fundraisera, anebo využíváte externistu?

- a) zaměstnáváme vlastního fundraisera
 b) využíváme externího fundraisera
 c) služeb fundraisera nevyužíváme
 d) jiná odpověď (VYPIŠTE!)

20. Jak vaše organizace komunikuje s **ne**anonymními dárci?

- | | | | |
|--|-----------|-------------------|------------------------|
| a) pořádáme hromadné setkání s dárci | <i>ne</i> | <i>ano, občas</i> | <i>ano, pravidelně</i> |
| b) zveme je na akce organizace | <i>ne</i> | <i>ano, občas</i> | <i>ano, pravidelně</i> |
| c) účastníme se osobních schůzek | <i>ne</i> | <i>ano, občas</i> | <i>ano, pravidelně</i> |
| d) posíláme jim děkovné dopisy | <i>ne</i> | <i>ano, občas</i> | <i>ano, pravidelně</i> |
| e) posíláme jim děkovné e-maily | <i>ne</i> | <i>ano, občas</i> | <i>ano, pravidelně</i> |
| f) dáváme jim upomínkové předměty | <i>ne</i> | <i>ano, občas</i> | <i>ano, pravidelně</i> |
| g) zasíláme jim informace o využití darů | <i>ne</i> | <i>ano, občas</i> | <i>ano, pravidelně</i> |
| h) zasíláme jim aktuální informace o činnosti organizace | <i>ne</i> | <i>ano, občas</i> | <i>ano, pravidelně</i> |
| i) jinak (VYPIŠTE!) | | | |

21. Má vaše organizace etický kodex pro práci s dárci?

- a) ano
 b) ne
 c) jiná odpověď (VYPIŠTE!)

22. Prověřuje vaše organizace původ větších darů, které dostává?

- a) Ano vždy
 b) Ano, když máme indicie, že něco není v pořádku
 c) Ne

d) jiná odpověď (VYPIŠTE!)

23. Odhadněte prosím, jaký podíl vašich neanonymních dárců dostává ročně od vaší organizace potvrzení (doklad) pro odečet daru z daňového základu?

.....%

24. Toto potvrzení zasílá vaše organizace:

- a) automaticky každému neanonymnímu dárci
- b) jen na vyžádání
- c) jiná odpověď (VYPIŠTE!)

OTÁZKY TÝKAJÍ SE VAŠÍ ORGANIZACE

O1 Ve kterém roce vznikla vaše organizace?

.....

O2 Vaše organizace se soustřeďuje spíše na poskytování služeb (členům nebo veřejnosti), anebo spíše na obhajobu zájmů (členů, skupin obyvatelstva, veřejnosti ...)?

- a) spíše na služby
 - b) spíše na obhajobu zájmů
 - c) jiná odpověď (VYPIŠTE!)
-

O3 Kolik členů má vaše organizace?

- a) Individuálních osob
- b) Právnických osob (bez NNO)
- c) Právnických osob NNO

O4 Kolik dobrovolníků má vaše organizace?

.....

O5 Kolik zaměstnanců přepočtených na plný pracovní úvazek má vaše organizace?

.....

O6 Kolik zaměstnanců celkem má vaše organizace?

.....

O7 Odhadněte, jaký podíl z nich tvoří vysokoškoláci?

.....%

O8 Zaměstnává vaše organizace alespoň na částečný úvazek:

- a) účetního *ano* *ne, ale využíváme externistu* *ne, ani externistu*
nevyužíváme
- b) právníka *ano* *ne, ale využíváme externistu* *ne, ani externistu nevyužíváme*
- c) PR pracovníka *ano* *ne, ale využíváme externistu* *ne, ani externistu nevyužíváme*
- d) projektového manažera *ano* *ne, ale využíváme externistu* *ne, ani externistu nevyužíváme*

O9 Kolik klientů má vaše organizace?

.....

O10 Jaké cílové skupině se vaše organizace věnuje nejvíce?

.....

O11 Ve které z následujících oblastí působí vaše organizace především? (ZVOLTE JEN JEDNU OBLAST!)

Kultura (pěvecké, taneční, hudební soubory, okrasné kroužky, ochrana památek, architektura, podpora literatury, média, muzea, knihovny ...)	1
Sport (sportovní kluby a organizace)	2
Tradiční zájmová činnost (myslivci, rybáři, zahrádkáři, pěstitelé, včelaři, chovatelé a pod.)	3
Jiná zájmová činnost a rekreace (filatelisté, sběratelé, kluby důchodců apod.)	4
Sbor dobrovolných hasičů	5
Ženské organizace (Svaz žen apod.)	6
Mládež (Junák, Pionýr apod.)	7
Vzdělávání a výzkum (včetně sdružení rodičů a přátel školy, školní rady...)	8
Zdravotní služby (např. rehabilitační zařízení, hospic, Červený kříž apod.)	9
Sociální služby (např. pomoc starým či postiženým, krizové centrum apod.)	10
Podpora dobrovolnictví, občanské společnosti a organizace zprostředkující dobročinnost (nadace, dobrovolnická centra...)	11
Životní prostředí, práva zvířat	12
Obhajoba práv a zájmů (občanů, žen, spotřebitelů, lid. práv, práv menšin, organizace usilující o mír ...)	13
Humanitární pomoc	14
Politika (strana, hnutí, klub, sdružení ...)	15
Církev a náboženské organizace	16
Odborová organizace	17
Profesní nebo obchodní sdružení (komora, svaz)	18
Jiná oblast podobná výše zmíněným	19

O12 Vaše organizace působí převážně na:

- a) lokální úrovni
- b) regionální úrovni
- c) národní úrovni
- d) nadnárodní úrovni

O13 Vaše organizace je:

- a) základní organizace
- b) zastřešující organizace

O14 Jakou právní formu má vaše organizace?

- a) Nadace
- b) Nadační fond
- c) Obecně prospěšná společnost
- d) Ústav
- e) Církevní organizace
- f) Spolek
- g) Pobočný spolek

O15 Jakou pozici ve vaší organizaci zastáváte vy osobně?

.....

O16 Vypište název asociace, střešové střešní organizace či sítě, od níž získala vaše organizace adresu pro vyplnění tohoto dotazníku? (MŮŽETE UVÉST VÍCERO ODPOVĚDÍ)

- a)
- b) Jiná odpověď

O17 Název vaší organizace (v případě, že chcete, aby vaše organizace zůstala v anonymitě, její název neuvádějte):

PŘÍLOHA 2

Frekvenční tabulky

V této části prezentujeme základní výstup z výzkumu – frekvenční tabulky proměnných odrážejících jednotlivé otázky z našeho výzkumu.

Tab. jaký podíl příjmů v rozpočtu vaší organizace v r. 2016 činily dotace a granty z veřejných rozpočtů?*			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
0 %	61	12,0	12,0
více než 0, ale maximálně 25%	79	15,6	15,6
více než 25 %, ale maximálně 50%	143	28,2	28,2
více než 50 %, ale maximálně 75 %	115	22,7	22,7
více než 75 %	109	21,5	21,5
CELKEM	507	100,0	100,0

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. jaký podíl příjmů v rozpočtu vaší organizace v r. 2016 činily granty od domácích nadací? *			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
0 %	290	57,2	57,2
více než 0, ale maximálně 25%	194	38,3	38,3
více než 25 %, ale maximálně 50%	21	4,1	4,1
více než 50 %, ale maximálně 75 %	1	,2	,2
více než 75 %	1	,2	,2
CELKEM	507	100,0	100,0

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. jaký podíl příjmů v rozpočtu vaší organizace v r. 2016 činily granty od zahraničních nadací?			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
0 %	443	87,4	87,4
více než 0, ale maximálně 25%	57	11,2	11,2
více než 25 %, ale maximálně 50%	6	1,2	1,2
více než 50 %, ale maximálně 75 %	1	,2	,2
CELKEM	507	100,0	100,0

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. jaký podíl příjmů v rozpočtu vaší organizace v r. 2016 činily tržby z vlastní činnosti?*			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
0 %	122	24,1	24,1
více než 0, ale maximálně 25%	241	47,5	47,5
více než 25 %, ale maximálně 50%	93	18,3	18,3
více než 50 %, ale maximálně 75 %	33	6,5	6,5
více než 75 %	18	3,6	3,6
CELKEM	507	100,0	100,0

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. jaký podíl příjmů v rozpočtu vaší organizace v r. 2016 činily dary od firemních dárců?*			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
0 %	198	39,1	39,1
více než 0, ale maximálně 25%	274	54,0	54,0
více než 25 %, ale maximálně 50%	20	3,9	3,9
více než 50 %, ale maximálně 75 %	9	1,8	1,8

více než 75 %	6	1,2	1,2
CELKEM	507	100,0	100,0

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. jaký podíl příjmů v rozpočtu vaší organizace v r. 2016 činily členské příspěvky (poplatky)?*			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
0 %	268	52,9	52,9
více než 0, ale maximálně 25%	208	41,0	41,0
více než 25 %, ale maximálně 50%	18	3,6	3,6
více než 50 %, ale maximálně 75 %	5	1,0	1,0
více než 75 %	8	1,6	1,6
CELKEM	507	100,0	100,0

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. jaký podíl příjmů v rozpočtu vaší organizace v r. 2016 činily oddílové příspěvky?*			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
0 %	462	91,1	91,1
více než 0, ale maximálně 25%	36	7,1	7,1
více než 25 %, ale maximálně 50%	7	1,4	1,4
více než 75 %	2	,4	,4
CELKEM	507	100,0	100,0

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. jaký podíl příjmů v rozpočtu vaší organizace v r. 2016 činily dary od individuálních dárců?*			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
0 %	233	46,0	46,0
více než 0, ale maximálně 25%	236	46,5	46,5
více než 25 %, ale maximálně 50%	20	3,9	3,9
více než 50 %, ale maximálně 75 %	9	1,8	1,8
více než 75 %	9	1,8	1,8
CELKEM	507	100,0	100,0

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. jaký podíl příjmů v rozpočtu vaší organizace v r. 2016 činily jiné, výše nezmíněné, příjmy?*			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
0 %	322	63,5	63,5
více než 0, ale maximálně 25%	151	29,8	29,8
více než 25 %, ale maximálně 50%	19	3,7	3,7
více než 50 %, ale maximálně 75 %	10	2,0	2,0
více než 75 %	5	1,0	1,0
CELKEM	507	100,0	100,0

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Podíl příjmů z individuálního dárcovství na rozpočtu vaší organizace se od roku 2014 do konce roku 2016:			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
zvýšil	128	25,2	47,1
zůstal stejný	120	23,7	44,1
snížil	24	4,7	8,8
CELKEM	272	53,6	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	235	46,4	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍH	507	100,0	

Tab. Podle Vašeho názoru představuje individuální dárcovství pro organizaci, jako je ta vaše:			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
nejvhodnější zdroj příjmů	51	10,1	10,2
vhodný zdroj příjmů	356	70,2	71,1
ne příliš vhodný zdroj příjmů	74	14,6	14,8
vůbec se pro ni nehodí	20	3,9	4,0

CELKEM	501	98,8	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	6	1,2	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Podniká vaše organizace v současnosti nějaké kroky, aby zvýšila příjmy od: [neanonymních individuálních dárců]?

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	211	41,6	79,0
ne	56	11,0	21,0
CELKEM	267	52,7	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	240	47,3	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Podniká vaše organizace v současnosti nějaké kroky, aby zvýšila příjmy od: [anonymních individuálních dárců]?

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	140	27,6	57,4
ne	104	20,5	42,6
CELKEM	244	48,1	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	263	51,9	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Kolik měla vaše organizace v roce 2016 individuálních dárců (anonymních i neanonymních)?

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
do 20 dárců	140	27,6	54,7
mezi 21 a 100 dárci	48	9,5	18,8
mezi 101 a 1000 dárců	41	8,1	16,0
více než 1000 dárců	27	5,3	10,5
CELKEM	256	50,5	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	251	49,5	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Podle vašeho odhadu, celkový počet individuálních dárců vaší organizace od roku 2014 do konce roku 2016:

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
vzrostl	130	25,6	48,3
zůstal stejný	104	20,5	38,7
klesl	35	6,9	13,0
CELKEM	269	53,1	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	238	46,9	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Odhadněte, prosím, jaká byla průměrná výška peněžitého daru od vašich individuálních dárců v r. 2016? Zapište číslo vyjadřující průměrnou výši daru v Kč. *

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
do 2000 Kč	131	25,8	52,0
nad 2000 Kč, ale maximálně 6000 Kč	64	12,6	25,4
nad 6000 Kč, ale maximálně 15 000 Kč	37	7,3	14,7
nad 15 000 Kč	20	3,9	7,9
CELKEM	252	49,7	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	255	50,3	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Podle vašeho názoru mezi dárci vaší organizace převažují:

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
drobní dárci	212	41,8	78,5
středně velcí dárci	44	8,7	16,3
velcí dárci	12	2,4	4,4
Rok od roku je to různé a škála je	1	,2	,4

široká			
Středně velcí a velcí	1	,2	,4
CELKEM	270	53,3	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	237	46,7	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Odhadněte, prosím, jaký podíl tvoří pravidelní dárci ze všech neanonymních individuálních dárců vaší organizace?*

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
žádní pravidelní	111	21,9	42,4
do 10 pravidelných	53	10,5	20,2
více než 10 ale maximálně 20 pravidelných	26	5,1	9,9
více než 20 ale maximálně 50 pravidelných	31	6,1	11,8
více než 50 pravidelných	41	8,1	15,6
CELKEM	262	51,7	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	245	48,3	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Odhadněte, prosím, jaký podíl tvoří dlouhodobí dárci ze všech neanonymních individuálních dárců vaší organizace? (Bereme přitom na vědomí, že skupina pravidelných a dlouhodobých dárců se mohou překrývat.)*

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
žádní dlouhodobí	45	8,9	17,2
do 10 dlouhodobých	67	13,2	25,6
více než 10 ale maximálně 20 dlouhodobých	12	2,4	4,6
více než 20 ale maximálně 50 dlouhodobých	53	10,5	20,2
více než 50 dlouhodobých	85	16,8	32,4
CELKEM	262	51,7	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	245	48,3	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Odhadněte, prosím, jaká byla v r. 2016 průměrná výška peněžitého daru od vašich dlouhodobých dárců?

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
do 2000 Kč	196	38,7	75,4
nad 2000 Kč, ale maximálně 6000 Kč	33	6,5	12,7
nad 6000 Kč, ale maximálně 15 000 Kč	31	6,1	11,9
CELKEM	260	51,3	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	247	48,7	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jakou formou jste v r. 2016 získávali individuální peněžní dary? [veřejná sbírka]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	109	21,5	48,0
ne	118	23,3	52,0
CELKEM	227	44,8	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	280	55,2	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jakou formou jste v r. 2016 získávali individuální peněžní dary? [benefiční akce (koncerty, aukce, tomboly ...)]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	109	21,5	48,7
ne	115	22,7	51,3
CELKEM	224	44,2	100,0

CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	283	55,8	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jakou formou jste v r. 2016 získávali individuální peněžní dary? [smluvní dar]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	238	46,9	89,8
ne	27	5,3	10,2
CELKEM	265	52,3	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	242	47,7	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jakou formou jste v r. 2016 získávali individuální peněžní dary? [závěť]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	17	3,4	8,1
ne	193	38,1	91,9
CELKEM	210	41,4	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	297	58,6	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Kterou formou vaše organizace v r. 2016 získala nejvíce prostředků?			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
veřejná sbírka	32	6,3	11,9
benefiční akce	25	4,9	9,3
smluvní dar	164	32,3	61,2
závěť	4	,8	1,5
jinak	43	8,5	16,0
CELKEM	268	52,9	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	239	47,1	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jaké formy plateb využíváte v případě peněžního individuálního dárcovství? (Zvolte všechny formy plateb, které vaše organizace využila v roce 2016.) [DMS]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	63	12,4	31,5
ne	137	27,0	68,5
CELKEM	200	39,4	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	307	60,6	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jaké formy plateb využíváte v případě peněžního individuálního dárcovství? (Zvolte všechny formy plateb, které vaše organizace využila v roce 2016.) [platba v hotovosti do kasičky]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	106	20,9	50,2
ne	105	20,7	49,8
CELKEM	211	41,6	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	296	58,4	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jaké formy plateb využíváte v případě peněžního individuálního dárcovství? (Zvolte všechny formy plateb, které vaše organizace využila v roce 2016.) [platba v hotovosti do pokladny organizace]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	167	32,9	72,0
ne	65	12,8	28,0

CELKEM	232	45,8	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	275	54,2	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jaké formy plateb využíváte v případě peněžního individuálního dárcovství? (Zvolte všechny formy plateb, které vaše organizace využila v roce 2016.) [bankovní převod trvalým příkazem]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	142	28,0	62,8
ne	84	16,6	37,2
CELKEM	226	44,6	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	281	55,4	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jaké formy plateb využíváte v případě peněžního individuálního dárcovství? (Zvolte všechny formy plateb, které vaše organizace využila v roce 2016.) [jednorázový bankovní převod]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	242	47,7	96,4
ne	9	1,8	3,6
CELKEM	251	49,5	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	256	50,5	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jaké formy plateb využíváte v případě peněžního individuálního dárcovství? (Zvolte všechny formy plateb, které vaše organizace využila v roce 2016.) [online platba]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	87	17,2	43,1
ne	115	22,7	56,9
CELKEM	202	39,8	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	305	60,2	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Kterou formu plateb jste v případech individuálního peněžního dárcovství v r. 2016 využili nejčastěji?

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
DMS	5	1,0	1,9
platba v hotovosti do kasičky	16	3,2	5,9
platba v hotovosti do pokladny organizace	39	7,7	14,4
bankovní převod trvalým příkazem	42	8,3	15,6
jednorázový bankovní převod	150	29,6	55,6
online platba	13	2,6	4,8
jinak	5	1,0	1,9
CELKEM	270	53,3	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	237	46,7	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jakým způsobem oslovujete své potenciální peněžní dárcy? (Zvolte všechny formy oslovení, které vaše organizace využila v roce 2016.) [inzerce]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	53	10,5	27,3
ne	141	27,8	72,7
CELKEM	194	38,3	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	313	61,7	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jakým způsobem oslovujete své potenciální peněžní dárcy? (Zvolte všechny formy oslovení, které vaše organizace využila v roce 2016.) [výzva na webových stránkách organizace]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	202	39,8	83,8
ne	39	7,7	16,2

CELKEM	241	47,5	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	266	52,5	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jakým způsobem oslovujete své potenciální peněžní dárce? (Zvolte všechny formy oslovení, které vaše organizace využila v roce 2016.) [pouliční fundraising (náhodné oslovení)]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	30	5,9	16,1
ne	156	30,8	83,9
CELKEM	186	36,7	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	321	63,3	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jakým způsobem oslovujete své potenciální peněžní dárce? (Zvolte všechny formy oslovení, které vaše organizace využila v roce 2016.) [cílený osobní kontakt]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	229	45,2	90,2
ne	25	4,9	9,8
CELKEM	254	50,1	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	253	49,9	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jakým způsobem oslovujete své potenciální peněžní dárce? (Zvolte všechny formy oslovení, které vaše organizace využila v roce 2016.) [dopisem (direct mailing)]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	110	21,7	52,4
ne	100	19,7	47,6
CELKEM	210	41,4	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	297	58,6	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jakým způsobem oslovujete své potenciální peněžní dárce? (Zvolte všechny formy oslovení, které vaše organizace využila v roce 2016.) [telefonicky (telemarketing)]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	57	11,2	30,0
ne	133	26,2	70,0
CELKEM	190	37,5	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	317	62,5	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jakým způsobem oslovujete své potenciální peněžní dárce? (Zvolte všechny formy oslovení, které vaše organizace využila v roce 2016.) [e-mail marketing]

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	116	22,9	55,8
ne	92	18,1	44,2
CELKEM	208	41,0	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	299	59,0	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Který způsob oslovování potenciálních peněžních dárců jste v r. 2016 využili nejčastěji?

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
inzerce	9	1,8	3,3
výzva na webových stránkách organizace	38	7,5	14,1
pouliční fundraising	4	,8	1,5

cílený osobní kontakt	129	25,4	48,0
dopisem	32	6,3	11,9
telefonicky	4	,8	1,5
e-mail marketing	41	8,1	15,2
jinak	12	2,4	4,5
CELKEM	269	53,1	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	238	46,9	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Zaměstnáváte vlastního fundraisera, anebo využíváte externistu?			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
zaměstnáváme vlastního fundraisera	104	20,5	38,8
využíváme externího fundraisera	16	3,2	6,0
služeb fundraisera nevyužíváme	128	25,2	47,8
jiné (většinou že FR dělají zaměstnanci nebo vedení vedle dalších úkolů)	20	3,9	7,5
CELKEM	268	52,9	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	239	47,1	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jak vaše organizace komunikuje s neanonymními dárci? [pořádáme hromadné setkání s dárci]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ne	144	28,4	64,0
ano, občas	54	10,7	24,0
ano, pravidelně	27	5,3	12,0
CELKEM	225	44,4	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	282	55,6	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jak vaše organizace komunikuje s neanonymními dárci? [zveme je na akce organizace]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ne	23	4,5	8,9
ano, občas	108	21,3	41,7
ano, pravidelně	128	25,2	49,4
CELKEM	259	51,1	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	248	48,9	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jak vaše organizace komunikuje s neanonymními dárci? [účastníme se osobních schůzek]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ne	50	9,9	20,6
ano, občas	126	24,9	51,9
ano, pravidelně	67	13,2	27,6
CELKEM	243	47,9	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	264	52,1	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jak vaše organizace komunikuje s neanonymními dárci? [posíláme jim děkovné dopisy]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ne	61	12,0	24,3
ano, občas	62	12,2	24,7
ano, pravidelně	128	25,2	51,0
CELKEM	251	49,5	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	256	50,5	

CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	
----------------------------------	-----	-------	--

Tab. Jak vaše organizace komunikuje s neanonymními dárci? [posíláme jim děkovné e-maily]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ne	36	7,1	15,4
ano, občas	68	13,4	29,1
ano, pravidelně	130	25,6	55,6
CELKEM	234	46,2	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	273	53,8	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jak vaše organizace komunikuje s neanonymními dárci? [dáváme jim upomínkové předměty]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ne	81	16,0	35,1
ano, občas	107	21,1	46,3
ano, pravidelně	43	8,5	18,6
CELKEM	231	45,6	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	276	54,4	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jak vaše organizace komunikuje s neanonymními dárci? [zasíláme jim informace o využití darů]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ne	34	6,7	13,9
ano, občas	87	17,2	35,7
ano, pravidelně	123	24,3	50,4
CELKEM	244	48,1	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	263	51,9	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Jak vaše organizace komunikuje s neanonymními dárci? [zasíláme jim aktuální informace o činnosti organizace]			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ne	35	6,9	13,9
ano, občas	77	15,2	30,6
ano, pravidelně	140	27,6	55,6
CELKEM	252	49,7	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	255	50,3	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Má vaše organizace etický kodex pro práci s dárci?			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano	96	18,9	36,1
ne	154	30,4	57,9
pravidla jsou, ale neúplná, nepsaná, jsou součástí jiného materiálu, který není přímo etickým kodexem atp	11	2,2	4,1
etický kodex se připravuje	5	1,0	1,9
CELKEM	266	52,5	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	241	47,5	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Prověřuje vaše organizace původ větších darů, které dostává?			
<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
ano vždy	79	15,6	29,5
ano, když máme indicie, že něco není v pořádku	82	16,2	30,6
ne	70	13,8	26,1
nemáme velké dary	29	5,7	10,8

ověřujeme spíše zdroj než specificky konkrétní dar	8	1,6	3,0
CELKEM	268	52,9	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	239	47,1	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

Tab. Odhadněte prosím, jaký podíl vašich neanonymních dárců dostává ročně od vaší organizace potvrzení (doklad) pro odečet daru z daňového základu?*

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
nikdo	23	4,5	8,9
do 25 %	46	9,1	17,9
více než 25 % ale maximálně polovina	25	4,9	9,7
více než polovina ale méně než 75 %	14	2,8	5,4
více než 75 %	149	29,4	58,0
CELKEM	257	50,7	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	250	49,3	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

*Poznámka: původní proměnná byla rekódována do menšího počtu kategorií kvůli přehlednější prezentaci.

Tab. Toto potvrzení zasílá vaše organizace:

<i>N = 257, údaje v %</i>	Početnosti	Podíl	Podíl (bez zahrnutí chybějících údajů)
automaticky každému neanonymnímu dárci	132	26,0	50,6
jen na vyžádání	113	22,3	43,3
automaticky u větších darů	7	1,4	2,7
zařízeno jinak (darovací smlouva aj.)	5	1,0	1,9
nedávají potvrzení	4	,8	1,5
CELKEM	261	51,5	100,0
CHYBĚJÍCÍ ÚDAJE	246	48,5	
CELKEM VČETNĚ CHYBĚJÍCÍCH	507	100,0	

PŘÍLOHA 3

FINANCOVÁNÍ NNO

A. PŘÍJMY Z VEŘEJNÝCH ROZPOČTŮ

V případě servisních NNO většinou převažují příjmy z veřejných rozpočtů. U volnočasových NNO sice veřejné rozpočty představují dominantní zdroj, ale u většiny z nich příjmy z tohoto zdroje nepřevažují. Rozdíly mezi uvedenými dvěma typy NNO nejsou statisticky signifikantní.

Tab. Příjmy z veřejných rozpočtův roce 2016 v celkových příjmech NNO dle oblasti působení			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Volnočasové organizace	Servisní organizace	Ostatní
převažovaly	42	55	45
nepřevažovaly	47	39	38
nebyly	11	6	17
Celkem	100	100	100



Věk organizace se ukázal jako významný faktor ovlivňující výskyt příjmů v NNO. Nejčastěji převažují příjmy z veřejných rozpočtů v NNO, které vznikly prvních patnáct let po r. 1989. Zde dokonce převažují u většiny z těchto organizací. Naopak nejméně často jsou veřejné rozpočty zdrojem pro tradiční organizace, které vznikly ještě před pádem vlády komunistické strany.

Tab. Příjmy z veřejných rozpočtů v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle období vzniku NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Vznik NNO do r. 1989	Vznik NNO 1990-2006	Vznik NNO 2007-2016
převažovaly	31	53	42
nepřevažovaly	56	39	43
nebyly	13	8	15
Celkem	100	100	100



Míra profesionalizace NNO působí na tendenci k čerpání prostředků z veřejných rozpočtů rozporupně. Nízká míra profesionalizace NNO se sice odrazila na nižším sklonu NNO financovat svou činnost převážně z veřejných rozpočtů, ale vysoká míra profesionalizace sebou nese nejvyšší sklon využívat k financování převážně veřejné rozpočty.

Tab. Příjmy z veřejných rozpočtů v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle míry profesionalizace NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Nízká	Střední	vysoká
převažovaly	40	56	48
nepřevažovaly	43	37	49
nebyly	17	7	3
Celkem	100	100	100



Šíře okruhu členů nemá významný vliv na podíl jejich příjmů z veřejných rozpočtů v roce 2016 v celkových příjmech.



Nejčastěji převažovaly příjmy z veřejných rozpočtů u organizací, které neměly dobrovolníky. Velký a střední okruh dobrovolníků se váže s méně častým využíváním veřejných rozpočtů k financování NNO.

Tab. Příjmy z veřejných rozpočtů v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle okruhu dobrovolníků NNO				
<i>N = 507, údaje v %</i>	Bez dobrovolníků	Malý okruh dobrov.	Střední okruh dobrov.	Velký okruh dobrov.
převažovaly	57	51	38	39
nepřevažovaly	31	42	51	49
nebyly	12	7	11	12
Celkem	100	100	100	100



Příjmy z veřejných rozpočtů nejčastěji převažovaly u těch NNO, které měly malý nebo středně velký okruh zaměstnanců. Absence zaměstnanců v organizaci se pojí s nižším sklonem využívat veřejné rozpočty jako převažujícího zdroje financování NNO.

Tab. Příjmy z veřejných rozpočtů v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle okruhu zaměstnanců NNO				
<i>N = 507, údaje v %</i>	Bez zaměstnanců	Malý okruh zaměst.	Střední okruh zaměst.	Velký okruh zaměst.
převažovaly	28	57	53	49
nepřevažovaly	45	36	42	49
nebyly	27	7	5	1
Celkem	100	100	100	100



Přítomnost vysokoškoláků významně ovlivňuje tendenci NNO upínat se převážně na příjmy z veřejných rozpočtů. Jde o vztah přímé úměry – kde je více vysokoškoláků tak bude i větší sklon spoléhat na veřejné rozpočty jako na převažující zdroj prostředků.

Tab. Příjmy z veřejných rozpočtů v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle podílu VŠ v NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Žádní vysokoškoláci	Menšina vysokoškoláků	Většina vysokoškoláků
převažovaly	41	48	56
nepřevažovaly	43	45	37
nebyly	16	7	7
Celkem	100	100	100



NNO, které se orientují na znevýhodněné cílové skupiny, jsou z více než dvou třetin financovány z veřejných rozpočtů, což je významně více než u NNO, které jsou orientovány na křehké a rozvojové skupiny. U těch, které se orientují na křehké cílové skupiny převažují příjmy z jiných, než z veřejných rozpočtů. Polovina NNO orientovaných na rozvojové cílové skupiny je financována převážně z veřejných rozpočtů.

Tab. Příjmy z veřejných rozpočtů v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle cílové skupiny NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Křehké skupiny	Znevýhodněné skupiny	Rozvojové skupiny
převažovaly	43	68	48
nepřevažovaly	51	21	41
nebyly	6	11	11
Celkem	100	100	100

B. GRANTY OD DOMÁCÍCH NADACÍ

Příjmy z grantů od domácích nadací jsou doménou servisních organizací, z nichž až dvě třetiny vykazují příjmy z tohoto zdroje. Naopak u čtyř pětín volnočasových NNO příjmy od domácích nadací absentují.

Tab. Příjmy od domácích nadací roce 2016 v celkových příjmech NNO dle oblasti působení			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Volnočasové organizace	Servisní organizace	Ostatní
ano	18	66	39
ne	82	34	61
Celkem	100	100	100



Příjmy od domácích nadací nejčastěji využívají nové NNO založené v prvních patnácti letech po Sametové revoluci. Využívá ho polovina z nich. Za nimi následují čerstvě založené NNO (v

posledních deseti letech), z nichž ho využívají dvě pětiny. Významně nejméně často využívají tento zdroj tradiční organizace založené před r. 1989.

Tab. Příjmy od domácích nadací 2016 v celkových příjmech organizace dle období vzniku NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Vznik NNO do r. 1989	Vznik NNO 1990-2006	Vznik NNO 2007-2016
ano	21	49	40
ne	79	51	60
Celkem	100	100	100



Příjmy od domácích nadací jsou typické pro vysoce profesionalizované NNO – až tři čtvrtiny z nich financují svoji činnost také z tohoto zdroje. Naopak až tři čtvrtiny nízko profesionalizovaných NNO domácí nadace granty od domácích nadací nedostává.

Tab. Příjmy od domácích nadací v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle míry profesionalizace NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Nízká	Střední	vysoká
ano	24	44	75
ne	76	56	25
Celkem	100	100	100



Významně častěji, než členské NNO čerpají prostředky z grantů domácích nadací NNO bez členů. Poměr NNO, které čerpají a které ne, je u těchto kategorií NNO zcela obrácený.

Tab. Příjmy od domácích nadací v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle šíře okruhu členů NNO				
<i>N = 507, údaje v %</i>	Bez členů	Malý okruh členů	Střední okruh členů	Velký okruh členů
ano	60	38	38	31
ne	40	62	62	69
Celkem	100	100	100	100



Podobný ale obrázek se nám nabízí i z hlediska okruhu dobrovolníků.

Tab. Příjmy od domácích nadací v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle okruhu dobrovolníků NNO				
<i>N = 507, údaje v %</i>	Bez dobrovolníků	Malý okruh dobrovol.	Střední okruh dobrovol.	Velký okruh dobrovol.
ano	23	50	54	52
ne	77	50	46	48
Celkem	100	100	100	100



Mezi počtem zaměstnanců a financováním z grantů domácích nadací je přímá úměra. Čím více zaměstnanců, tím je pravděpodobnější, že NNO od domácí nadace grant dostane.

Tab. Příjmy od domácích nadací v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle okruhu zaměstnanců NNO				
N = 507, údaje v %	Bez zaměstnanců	Malý okruh zaměst.	Střední okruh zaměst.	Velký okruh zaměst.
ano	16	36	58	76
ne	84	64	42	24
Celkem	100	100	100	100



Příjmy od domácích nadací rostou s výskytem vysokoškoláků v organizaci. Výrazně méně často jsou z domácích nadací financovány NNO, v nichž vysokoškoláci absentují.

Tab. Příjmy od domácích nadací v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle podílu VŠ v NNO			
N = 507, údaje v %	Žádní vysokoškoláci	Menšina vysokoškoláků	Většina vysokoškoláků
ano	17	51	55
Ne	83	49	45
Celkem	100	100	100



NNO orientované na křehké a znevýhodněné cílové skupiny významně častěji čerpají prostředky z grantů domácích nadací, než ty, které se věnují rozvojovým cílovým skupinám.

Tab. Příjmy od domácích nadací v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle cílové skupiny NNO			
N = 507, údaje v %	Křehké skupiny	Znevýhodněné skupiny	Rozvojové skupiny
ano	62	58	22
ne	38	42	78
Celkem	100	100	100

C. PŘÍJMY OD ZAHRANIČNÍCH NADACÍ

Volnočasové NNO od zahraničních nadací téměř žádné příjmy nečerpají. U servisních NNO je podíl čerpajících organizací vyšší, ale i tak jde jen o relativně velmi malý podíl (16 %).

Tab. Příjmy od zahraničních nadací roce 2016 v celkových příjmech NNO dle oblasti působení			
N = 507, údaje v %	Volnočasové organizace	Servisní organizace	Ostatní
ano	2	16	23
ne	98	84	77
Celkem	100	100	100



Datum vzniku NNO nemá významný vliv na podíl jejich příjmů od zahraničních nadací v roce 2016 v celkových příjmech.



Zatímco nízko profesionalizované NNO od zahraničních nadací granty dostávají jen absolutně výjimečně, v případě vysoce profesionalizovaných NNO dosáhne na zahraniční grant až jedna třetina z nich.

Tab. Příjmy od zahraničních nadací v roce 2016 v celkových příjmech dle profesionalizace NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Nízká	Střední	vysoká
ano	4	11	31
ne	96	89	69
Celkem	100	100	100



Šířka okruhu členů NNO nemá významný vliv na podíl jejich příjmů od zahraničních nadací v roce 2016 v celkových příjmech.



Šířka okruhu dobrovolníků NNO nemá významný vliv na podíl jejich příjmů od zahraničních nadací v roce 2016 v celkových příjmech.



Šířka okruhu zaměstnanců NNO nemá významný vliv na podíl jejich příjmů od zahraničních nadací v roce 2016 v celkových příjmech.



Počet vysokoškoláků v NNO se ukázal jako významný prediktor čerpání prostředků od zahraničních nadací. Tam, kde vysokoškoláci nejsou, tam jsou šance na získání grantu z tohoto zdroje mizivé. Naopak, tam, kde je v organizaci většina vysokoškoláků, jsou šance výrazně vyšší.

Tab. Příjmy od zahraničních nadací v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle podílu VŠ v NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Žádní vysokoškoláci	Menšina vysokoškoláků	Většina vysokoškoláků
ano	1	13	24
Ne	99	87	76
Celkem	100	100	100



Příjmy od zahraničních nadací nemají významný statistický vliv na výběr cílové skupiny NNO.

D. PŘÍJMY Z VLASTNÍ ČINNOSTI

Datum vzniku NNO nemá významný vliv na podíl jejích příjmů z vlastní činnosti v roce 2016 v celkových příjmech.



Oblast působení NNO nemá významný vliv na podíl jejích příjmů z vlastní činnosti v roce 2016 v celkových příjmech.



Vliv profesionalizace NNO na podíl příjmů z vlastní činnosti je významný. V organizacích, které jsou na nízké profesionální úrovni, tento zdroj příjmů nejčastěji chybí ale zároveň i nejčastěji u nich převažuje. Naopak u vysoce profesionalizovaných NNO příjmy z vlastní činnosti nejčastěji nechybí.

Tab. Příjmy z vlastní činnosti v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle míry profesionalizace NNO			
N = 507, údaje v %	Nízká	Střední	vysoká
převažovaly	15	10	3
nepřevažovaly	54	71	86
nebyly	31	19	10
Celkem	100	100	100



Šířka okruhu členů NNO nemá významný vliv na podíl jejích příjmů z vlastní činnosti v roce 2016 v celkových příjmech.



Čím větší okruh dobrovolníků, tím častější příjmy z vlastní činnosti. Čím menší okruh dobrovolníků, tím častěji NNO nemají příjmy z vlastní činnosti.

Tab. Příjmy z vlastní činnosti v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle okruhu dobrovolníků NNO				
N = 507, údaje v %	Bez dobrovolníků	Malý okruh dobrov.	Střední okruh dobrov.	Velký okruh dobrov.
převažovaly	10	10	17	8
nepřevažovaly	60	64	66	80
nebyly	30	26	17	12
Celkem	100	100	100	100



NNO bez zaměstnanců jsou ve vztahu k příjmům z vlastní činnosti ambivalentní, významně častěji, než NNO se zaměstnanci u nich příjmy z tohoto zdroje převažují a zároveň je u nich

výrazně vyšší podíl těch NNO, které příjmy z vlastní činnosti vůbec nemají. Podobně, jen méně významnější ambivalentnost, lze pozorovat i v organizacích s malým okruhem zaměstnanců.

Tab. Příjmy z vlastní činnosti v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle okruhu zaměstnanců NNO				
<i>N = 507, údaje v %</i>	Bez zaměstnanců	Malý okruh zaměst.	Střední okruh zaměst.	Velký okruh zaměst.
převažovaly	17	7	9	12
nepřevažovaly	42	68	86	82
nebyly	41	25	7	6
Celkem	100	100	100	100



Podíl vysokoškoláků v NNO nemá významný vliv na podíl jejich příjmů z vlastní činnosti v roce 2016 v celkových příjmech.



Příjmy z vlastní činnosti nemají významný statistický vliv na výběr cílové skupiny.

E. PŘÍJMY OD FIREMNÍCH DÁRCŮ

Příjmy od firemních dárců významně častěji využívají servisní, než volnočasové organizace. Mezi servisními NNO jsou to až tři čtvrtiny a u volnočasových jen něco více než jedna polovina.

Tab. Příjmy od firemních dárců v roce 2016 v celkových příjmech NNO dle oblasti působení			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Volnočasové organizace	Servisní organizace	Ostatní
ano	56	75	53
ne	44	25	47
Celkem	100	100	100



Datum vzniku NNO nemá významný vliv na podíl jejich příjmů od firemních dárců v roce 2016 v celkových příjmech.



Profesionalizace NNO nemá významný vliv na podíl jejich příjmů od firemních dárců v roce 2016 v celkových příjmech.



Šíře okruhu členů NNO nemá významný vliv na podíl jejich příjmů od firemních dárců v roce 2016 v celkových příjmech.



Jen menšina NNO bez dobrovolníků získala dar od firemního dárce. NNO s dobrovolníky byly úspěšnější. Více dobrovolníků znamená větší pravděpodobnost firemního financování.

Tab. Příjmy od firemních dárců v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle okruhu dobrovolníků NNO				
<i>N = 507, údaje v %</i>	Bez dobrovolníků	Malý okruh dobrovol.	Střední okruh dobrovol.	Velký okruh dobrovol.
ano	43	66	76	76
ne	57	34	24	24
Celkem	100	100	100	100



Šíře okruhu zaměstnanců NNO nemá významný vliv na podíl jejich příjmů od firemních dárců v roce 2016 v celkových příjmech.



Podíl vysokoškoláků v NNO nemá významný vliv na podíl jejich příjmů od firemních dárců v roce 2016 v celkových příjmech.



NNO orientované na křehké a znevýhodněné cílové skupiny významně častěji čerpají prostředky od firemních dárců, než ty, které se věnují rozvojovým cílovým skupinám.

Tab. Příjmy od firemních dárců v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle cílové skupiny NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Křehké skupiny	Znevýhodněné skupiny	Rozvojové skupiny
ano	80	71	46
ne	20	29	54
Celkem	100	100	100

F. PŘÍJMY Z ČLENSKÝCH PŘÍSPĚVKŮ

Volnočasové NNO prakticky až na výjimky čerpají prostředky z členských příspěvků. Servisní organizace na členské příspěvky ve velké většině nespolehají.

Tab. Příjmy z členských příspěvků v roce 2016 v celkových příjmech NNO dle oblasti působení			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Volnočasové organizace	Servisní organizace	Ostatní
ano	91	19	41
ne	9	81	59
Celkem	100	100	100



Věk NNO významně ovlivňuje její schopnost získávat finanční zdroje z členských příspěvků. NNO založené před r. 1989 v naprosté většině využívají pro své financování členské poplatky. U NNO založených po Sametové revoluci je toho schopna jen menšina (zhruba dvě pětiny).

Tab. Příjmy z členských příspěvků 2016 v celkových příjmech organizace dle období vzniku NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Vznik NNO do r. 1989	Vznik NNO 1990-2006	Vznik NNO 2007-2016
ano	89	42	44
ne	11	58	56
Celkem	100	100	100



Schopnost čerpat prostředky z členských příspěvků je nepřímo úměrná míře profesionalizace NNO. Čím jsou organizace profesionalizovanější, tím méně často financují svoji činnost z členských příspěvků.

Tab. Příjmy z členských příspěvků v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle profesionalizace NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Nízká	Střední	vysoká
ano	72	45	18
ne	28	55	82
Celkem	100	100	100



Šíře okruhu dobrovolníků NNO nemá významný vliv na podíl jejích příjmů členských příspěvků v roce 2016 v celkových příjmech.



Šíře okruhu zaměstnanců NNO je faktor, který má na příjmy z členských poplatků velmi významný vliv. Schopnost NNO využívat členské příspěvky jako zdroj svého financování roste s umenšujícím se počtem zaměstnanců a čím více zaměstnanců organizace má, tím méně členské příspěvky využívá.

Tab. Příjmy z členských příspěvků v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle okruhu zaměstnanců NNO				
<i>N = 507, údaje v %</i>	Bez zaměstnanců	Malý okruh zaměst.	Střední okruh zaměst.	Velký okruh zaměst.
ano	80	62	22	11
ne	20	38	78	89
Celkem	100	100	100	100



Podíl vysokoškoláků v NNO ovlivňuje orientaci organizace na využívání členských příspěvků. Čím více vysokoškoláků organizace má, tím je méně pravděpodobné, že bude členské poplatky využívat jako zdroj svého financování.

Tab. Příjmy z členských příspěvků v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle podílu VŠ v NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Žádní vysokoškoláci	Menšina vysokoškoláků	Většina vysokoškoláků
ano	82	37	23
Ne	18	63	77
Celkem	100	100	100



NNO orientované na rozvojové skupiny významně častěji čerpají prostředky z členských příspěvků, než ty, které se věnují křehkým a znevýhodněným skupinám.

Tab. Příjmy z členských příspěvků v roce 2016 v celkových příjmech organizace dle cílové skupiny NNO			
<i>N = 507, údaje v %</i>	Křehké skupiny	Znevýhodněné skupiny	Rozvojové skupiny
ano	32	24	71
ne	68	76	29
Celkem	100	100	100

G. PŘÍJMY Z ODDÍLOVÝCH PŘÍSPĚVKŮ

Z důvodů malých početností nebylo ke statistickému třídění přistoupeno.