

EFEKTIVNÍ ZÍSKÁVÁNÍ FINANČNÍCH PROSTŘEDKŮ V ČESKÝCH NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍCH

THE EFFECTIVE SUBSTANCE ACQUISITION IN CZECH NON-PROFIT ORGANISATIONS

Pavla Varvažovská

Anotace:

Získávání finančních prostředků (fundraising) v neziskových organizacích jako samostatná složka jejich aktivit není častým řešením. Neziskové organizace získávají finanční prostředky na své aktivity hlavně vlastní činností nebo spoléhají na pomoc státních a místních správních orgánů. Vzdělávání v oblasti fundraisingu je nezbytné. Prezentace a lobbying je lepší zaměřit na podnikatelské kruhy než na státní správu. Podpořit legislativní daňové změny ve prospěch dárců.

Klíčová slova:

nezisková organizace, fundraising, státní správní orgány, místní správní orgány, podnikatelské kruhy, lobbying

Abstract:

The substance acquisition (fundraising) as a particular component of activities of non-profit organisations is not frequently used. The non-profit organisations gain needful financial assets mainly through their own activities or through dependency on state and local authorities' supports. Fundraising education is necessary. Presentation and lobbying should be focus primary on private business sector rather than on state authorities and secondly on legal tax changes being done in profit of donors.

Keywords:

non-profit organisations, fundraising, dependency on state, local authorities' supports, private business sector, lobbying

ÚVOD

Velký význam pro obnovu demokracie a funkčního tržního mechanismu v České republice po roce 1989 měl vznik širokého spektra neziskových nestátních organizací. Tyto organizace byly zakládány ve všech oblastech veřejného života. Počínaje zdravotně sociální oblastí přes ochranu životního prostředí, boje za lidská práva až po zájmové spolky. Celá tato řada neziskových organizací pomáhá vytvářet obraz životaschopné občanské společnosti. Neziskový sektor se stává stále více respektovanou složkou ve společnosti.

Důležitá skutečnost byla i ta, že mezi priority Evropského parlamentu a Evropské komise týkající se zemí před vstupem do Evropské unie patřila podpora rozvoje neziskového sektoru, aktivního občanství a občanské společnosti jako celku. Evropská unie iniciovala mnoho programů na podporu občanské společnosti a tím nastartovala kvalitní rozvoj demokracie ve smyslu propojení plnohodnotné spolupráce státní a veřejné správy s neziskovým i ziskovým sektorem. Není pochyby, že bylo důležitým znakem přístupu České republiky do Evropské unie nejen splnit náročná ekonomická, právní a politická kritéria, ale také i zlepšit kvalitu běžného každodenního života všech občanů.

Fenomén dobročinnosti, dárcovství, dobrovolnictví, štědrosti, pohostinnosti, solidarity, soucitu, pomoci a nezištnosti je hluboko zakořeněné lidské chování, které svou podobu mění jen s prostředím. Dobročinnost jako taková má své kořeny hluboko někde v dávnověku. S vývojem společnosti se dá pak už mluvit o organizované dobročinnosti. Pojem dobročinnost je možné v širším slova smyslu chápat jako reálné chování, které se řídí altruistickými mravními principy, ale na rozdíl od altruismu se zaměřuje jen na lidi stojící mimo rodinný kruh jeho působiště.¹ Dobročinnost vlastně nabývá institucionální charakter a stává se organizovanou společenskou aktivitou. Většinou instituce zabývající se dobročinností bývají organizacemi neziskovými.² Ten, kdo koná dobročinnost žádnou odměnu za své konání nedostává, ale to neznamená, že za svou činnost nepocítí odměnu. Může mu být odměnou dobrý pocit ze smysluplné práce a sebeuspokojení z práce pro dobro ostatních. Z dobrovolné práce může získat nová přátelství, zkušenosti a možná i kvalifikaci. Z poskytování daru lze kromě dobrého pocitu získat i osobní a společenskou prestiž. Podpora dobročinnosti nebo přímo její realizace patří v demokratických zemích k určitému společenskému postavení a k samozřejmosti běžného života a to nejen k „špičce společnosti“.

CÍL A METODIKA

Neziskové organizace získávají finanční prostředky na své aktivity hlavně vlastní činností nebo spoléhají na pomoc státních a místních správních orgánů. Cílem statí je upozornit na některé způsoby fundraisingu v neziskových organizacích, využívání jejich zdrojů, nejčastěji používané metody fundraisingu a některé omezující faktory.

Východiskem k zamyšlení je převážně studium dokumentů v čase i prostoru. Autorka vychází z nejrůznějších zdrojů, poznatků a osobní účasti na tématickém výzkumu i jeho prezentaci. Stat' má charakter rešerše a chce poukázat na prospěšnost dobročinnosti a důležitosti dobrovolné práce ve společnosti.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Po roce 1989 nastala zásadní změna a začaly vznikat tisíce neziskových organizací. Pravděpodobně největší rozmach v neziskových organizacích nastal právě v oblasti dobročinnosti. V „novém období“ by se daly najít tři zlomové body, které způsobily vždy posun ve vývoji neziskového sektoru.

V roce 1990 byl přijat nový Zákon o sdružování, který umožnil práva občanů na sdružování. V roce 1992 byly přijaty zákony o svobodě náboženské víry a postavení církví a další zákony upravující právní fungování neziskových organizací.

V roce 1995 byl přijat Zákon o obecně prospěšných společnostech, který umožnil vytvořit nový typ organizace uvnitř neziskového sektoru. Řešil způsob financování jako vlastní příjmy z poskytovaných veřejně prospěšných služeb.

V roce 1997 byl přijat Zákon o nadacích a nadačních fondech.³ Nadace a nadační fondy jsou jediným organizačním typem, který představuje zdroj finančních prostředků pro aktivity jiných neziskových organizací. Zákony byly postupně novelizovány a doplňovány.

Souběžně s rozvojem dobročinnosti a neziskových organizací se vyvíjel postoj státu k neziskovému sektoru. V návaznosti na zmíněné zákony byl založen Nadační investiční fond, jako podpora státu pro české nadační aktivity. Vznikla Rada pro nadace jako poradní orgán vlády pro problematiku neziskového sektoru. V současné etapě byla upravena činnost inovované Rady pro nestátní neziskové organizace, která začala rozdělovat finanční prostředky z Nadačního investičního fondu.

Konkrétním výsledkem spojeným s aktivitami Mezinárodního roku dobrovolníků (rok

¹ Velký sociologický slovník, Karolinum, Praha, 1996

² Kropotkin, P.: Anarchistická etika, Votobia, Olomouc, 2000

³ Vaněk, M.: Novodobá historie neziskového sektoru u nás, Bull'97, roč. 5 (1997), č. 9.

2001) bylo v roce 2002 přijetí Zákon č. 198/2002 Sb. o dobrovolnické službě, který vešel v účinnost 1. ledna 2003. Tento zákon s sebou přinesl vedle definic kdo je dobrovolník, co je dobrovolnická služba, kdo je vysílající a kdo je přijímající organizace, také vymezení práv i povinností jak dobrovolnickým organizacím, tak dobrovolníkům samotným.⁴ Jednou z nejrozšířenějších forem dobročinnosti je dobrovolnictví, které je vědomou, svobodně zvolenou činností pro druhé bez nároku na odměnu. Dobrovolníci pomáhají neziskovým organizacím dosahovat stejných výsledků jak ve státním, tak i ziskovém sektoru za podstatně nižší cenu.

Dalo by se říci, že neziskové nestátní organizace jsou tvořeny dvěma základními pilíři – finančními zdroji a dobrovolníky.

V současné době tvoří možné zdroje pro činnosti neziskových organizací státní dotace, rozdělení Nadačního investičního fondu, obecní rozpočty, zahraniční státní i soukromé zdroje, podnikatelská sféra, vnitrostátní nadační zdroje, veřejnost, příjmy z vlastní činnosti neziskové organizace, členské příspěvky u občanských sdružení, které jsou členskými korporacemi, daňová a poplatková zvýhodnění. Důležitá je spolupráce s vládními orgány, mezinárodními institucemi a podnikateli, která je založena na bázi partnerství se státními institucemi i podnikateli.

Zahraniční zdroje tvoří jednu z nejdůležitějších zdrojů finančních prostředků. Většinu finančních prostředků ze zahraničí spravují grantové agentury nebo velké soukromé nadace působící v ČR. Soukromé i státní zdroje západních demokracií daly prvotní impuls k vytvoření širokého spektra zaměření nově vznikajících neziskových organizací. Pro budoucnost neziskových organizací je nutné už se nespolehat na zahraniční zdroje, ale vyhledávat domácí finanční zdroje.

Tuzemské nadační zdroje, které byly vytvořeny tuzemskými donátory většinou nehosподаř s velkým finančními prostředky a podporují úzce specializované projekty. Postupně posílilo i jejich nadační jmění prostřednictvím příspěvku z Nadačního investičního fondu. Je nutno i v této oblasti hledat další zdroje finanční podpory.

Dary z podnikatelské činnosti ve vyspělých demokratických společnostech tvoří značnou část příjmů pro neziskové organizace a pro podnikatele jakýsi druh reklamy a v neposlední řadě i daňové úlevy. Zákon o daních z příjmů (č. 586/1992 Sb., § 20)⁵ uvádí, že si dárce (právnícká osoba) může odečíst z hodnoty darů poskytnutých obcím a právníckým osobám se sídlem na území ČR nejvýše v úhrnu 5 % ze základu daně, pokud hodnota daru činí nejméně 2 000 Kč. U dárce (fyzické osoby) může odečitatelný úhrn dosáhnout 10 % ze základu daně, pokud úhrnná hodnota darů přesáhne 2 % ze základu daně nebo činí alespoň 1 000 Kč.⁶ Připravuje se novelizace tohoto zákona, zvláště o otevření širších možností daňových výhod pro dárcovství v podnikatelské sféře.

Dárcovství může být peněžní a nepeněžní. Nepeněžní dary občanů i firem nejčastěji směřují do neziskových organizací, které se věnují humanitární a charitativní práci. Většinou se jedná o šaty, obuv, léky, toaletní potřeby apod., ale také je nutné se zmínit o cenném nepeněžním daru jako je krev a lidské orgány. Formy dárcovství jsou ovšem i v naší současné praxi daleko všestrannější. Je to zejména podpora ve formě poskytnutí svého volného času - dobrovolné práce. Dále nepeněžním darem je také poskytnutí umu a dovedností, předávání know-how. Všechny tyto formy dárcovství si zaslouží pozornost, protože dárcovství není jen o penězích. Účinnost a efektivnost dobročinnosti vychází ze schopnosti kombinovat všechny tyto možnosti.

Výše veřejných sbírek se pohybuje podle informovanosti veřejnosti převážně prostřednictvím médií, nebo vazbou sbírky k některé populární osobě. Často může být sbírka více známější a „proslavenější“ než její pořadatel, to je samozřejmě spjato s intenzitou

⁴ Zákon o dobrovolnické službě č. 198/2002 Sb.

⁵ Zákon o daních z příjmu č. 586/1992 Sb., § 20

⁶ Zákon o daních z příjmu č. 586/1992 Sb., § 20

propagace a převážně mediální kampaně, která vyvolává masový soucit s událostí. Osobní zkušenost ukazuje, že více dárců vychází z větších měst a od věřících občanů.

Je nutné zdůraznit, že na dárcovství nemá nikdo automaticky nárok. Občanská organizace musí v „soutěži“ přesvědčit potenciálního dárce, že právě její projekt je z mnoha důvodů hodný jeho podpory. Činí tak v tvrdé konkurenci, neboť na trhu je více zájmaných a potřebných projektů. Tato situace je stejně motivující, jako stresující. Podněcuje k mimořádným výkonům, brání však dlouhodobým projektům, protože málokdo je ochoten a schopen se zavázat ke stejné dlouhodobé podpoře. Paradoxně se dá konstatovat, že i na poli dobročinnosti panuje jakýsi zákon trhu, zákon „nabídky a poptávky“.

Individuální dary jsou důležitým zdrojem financí a jsou závislé na aktivitě neziskové organizace, štedrosti dárců a sponzorů a v neposlední řadě na práci dobrovolníků.

U větších neziskových organizací se fundraisingem zabývají profesionálně celé týmy odborně vyškolených pracovníků, u malých neziskových organizací tato zodpovědnost přechází na dobrovolníky a jejich umění přesvědčit potencionální dárce o důvěryhodnosti svého záměru.

Základem fundraisingu je pozitivní myšlení, protože v zásadě může přesvědčit druhé pouze ten, kdo sám je přesvědčen o prospěšnosti své neziskové organizace a svého záměru. Umět srozumitelně objasnit cíl a poslání své neziskové organizace, zajímavě prezentovat své dosavadní výsledky a mít jasný záměr. V této souvislosti je také nutné mít přehled o prioritách společnosti. Aby bylo získávání finančních prostředků účinné, musí se vycházet ze zájmu dárce, tedy vybrat správného dárce ke správnému záměru. Je tedy pochopitelné, že větší pozornost je nutné obrátit na dárce než na velikost jeho finančního daru. Je třeba dbát na výběr správné metody (projekt, reklama, akce, poštovní zásilky, telefonická kampaň, základní jmění, odkaz majetku, příspěvek od zaměstnanců, půjčky (času nebo financí), věcná podpora, sdílený marketing, obchodní vztahy, inzerce, členství, osobní vztahy apod.)⁷ ke správnému záměru a s ohledem na potencionálního dárce. Pokud je fundraising úspěšný, dá se předpokládat, že se dárce rozhodne podporovat neziskovou organizaci i budoucnosti a možná se i finanční částka bude zvětšovat. Podobná pravidla je možné použít i u benefičních akcí. Zásadní je umět vybrat správnou akci ke správným potencionálním dárům. Úspěšnost akce jistě zvýší dobrý a originální nápad a kvalitní organizace akce. Z uvedeného vyplývá, že je důležité vybrat správnou akci ke správnému donátorovi ve správný čas, na správném místě a s optimální finanční částkou.

ZÁVĚR

Neziskové organizace získávají finanční prostředky na své aktivity hlavně vlastní činností nebo spoléhají na pomoc státních a místních správních orgánů. Často jejich fundraising je pouze zaměřen na získávání státních prostředků. Bylo by asi lepší soustředit pozornost na podnikatelskou sféru. Získávání finančních prostředků v neziskových organizacích jako samostatná složka jejich aktivit není častým řešením. Nezisková organizace se zabývá převážně vlastní činností, kterou přirozeně spojuje se získáváním finančních prostředků je druhotnou svou aktivitu. Některé větší nebo progresivnější neziskové organizace mohou zavést přímo pracovníka nebo celý tým zabývající se pouze fundraisingem orgánů. Vzdělávání v oblasti fundraisingu je tedy pro budoucnost prosperujících neziskových organizací nezbytné. Prezentace a lobbying je lepší zaměřit na podnikatelské kruhy než na státní správu. Nezbytné bude i vyvinout větší aktivitu při zavedení legislativních změn ve prospěch dárců.

Je nutné vést v patrnosti, že pozitivně rozvíjející se občanská společnost nemá možnost se plně rozvinout, nedostane-li se jí všestranné podpory od státu a podniků. Investice státu i ziskového sektoru do neziskového sektoru jsou investicemi do budoucnosti.

⁷ Ledvinová, J.: Where There is a Will, There is a Way, Tereza and Cez A.S., Praha, 1994

Litaratura:

Frič, P. a kol: Dárcovství a dobrovolnictví v ČR, NROS – Agnes, Praha, 2001
Frič, P., Šilhánová, H.: Rozhovory o neziskovém sektoru, NROS, Praha 1997
Ledvinová, J.: Where There is a Will, There is a Way, Tereza and Cez A.S., Praha, 1994
Kropotkin, P.: Anarchistická etika, Votobia, Olomouc, 2000
Vaněk, M.: Novodobá historie neziskového sektoru u nás, Bull'97, roč. 5 (1997), č. 9
Velký sociologický slovník, Karolinum, Praha, 1996
Zákon o daních z příjmu č. 586/1992 Sb., § 20
Zákon o dobrovolnické službě č. 198/2002 Sb.
<http://www.fundraising.cz>
<http://www.marketvision.cz>

Kontaktní adresa autora:

Ing. Pavla Varvažovská, Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta,
Katedra humanitních věd, Kamýcká 129, 165 21 Praha 6, Tel.: 224 382 312, Fax.: 224 382
347, e-mail: varvazovska@pef.czu.cz