Fundraisingový plán projektu Dům kardinála Štěpána Trochty

Iveta Juráňová

Bakalářská práce
2013

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Vyšší odborná škola ekonomická
akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	**Iveta JURÁŇOVÁ**
Osobní číslo:	**M100364**
Studijní program:	**B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor:	**Finanční řízení podniku**
Forma studia:	**prezenční**
Téma práce:	**Fundraisingový plán projektu Dům kardinála Štěpána Trochty**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- **Proveďte rešerši literatury pojednávající o tvorbě fundraisingového plánu pro neziskové organizace**

II. Praktická část

- **Zpracujte podrobné informace o projektu Dům kardinála Štěpána Trochty**
- **Vypracujte fundraisingový plán projektu s konkrétními doporučeními pro získání finančních prostředků**

Závěr

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

BURDA, Jan. Fundraising pro úplné začátečníky. Český Krumlov, 2007. Dostupné : http://www.icmck.cz/DOC/fundraising_pro_zacateckiky.pdf
POLAČKOVÁ, Zuzana. Fundraisingové aktivity: jak získat finanční prostředky od místní komunity. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005, 119 s.; ISBN 80-717-8694-2
PROVAZNÍKOVÁ, Romana a Olga SEDLÁČKOVÁ. Financování měst, obcí a regionů: teorie a praxe. 2., aktualiz.a rozš. vyd. Praha: Grada, 2009, 304 s. ISBN 978-80247-2789-9
ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. Úspěšná nezisková organizace. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 154 s. Management (Grada). ISBN 978-80-247-2704-3
ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. Public relations, fundraising a lobbing: pro neziskové organizace. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 138 s. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4040-9

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Kateřina Trochtová**

Datum zadání bakalářské práce: **15. března 2013**
Termín odevzdání bakalářské práce: **26. dubna 2013**

Ve Zlíně dne 12. dubna 2013

L.S.

PaedDr. Josef Rydlo
zast. *děkanka*

Bc. Ing. Šárka Vránová
zast. *ředitel ústavu*

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby[1];
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému;
- na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3[2];
- podle § 60[3] odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

---

[1] zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevýdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

[2] zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

[3] zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60[4] odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);

- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;

- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 25. 4. 2015 .....

.....

[4] zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

V této bakalářské práci bude zkoumána problematika financování projektu a sestavení fundraisingového plánu pro projekt Dům kardinála Štěpána Trochty.

Teoretická část práce bude popisovat základní pojmy fundraisingu, jeho formy, zásady a také metody. Budou objasněny klíčové postupy při financování neziskových organizací a projektů.

Praktická část bude obsahovat popis projektu „Dům kardinála Štěpána Trochty" a sestavení fundraisingového plánu pro tento projekt. Dále bude obsahovat popis postupu zajištění finančních prostředků pomocí zvolených metod fundraisingu. V práci bude použita metoda logického rámce, metoda stanovení cílů SMART a také SWOT analýza.

Závěrem práce budou návrhy vhodných metod získání finančních prostředků pro projekt a konkrétní doporučení pro aplikaci vybraných metod.

Klíčová slova: fundraising, fundraisingový plán, nezisková organizace, projekt

ABSTRACT

In this thesis the issue of financing the project and the formation of the fundraising plan for the project "The House of Cardinal Trochta" will be explored.

The theoretical part will describe basic concepts of fundraising, its forms, principles and methods. The key procedures of funding non-profit organizations and projects will be clarified.

Practical part will include the description of the project "The House of Cardinal Trochta" and the formation of fundraising plan for this project. It will also comprise the description of the process of ensuring funds with the aid of selected methods of fundraising.

In the work the logical framework method and the method of setting targets SMART will be used as well as a SWOT analysis.

Final part of the work will include suggestions of appropriate methods to get the funds for a project as well as specific recommendations for the application of selected methods.

Keywords: fundraising, fundraising plan, non-profit organization, project

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí práce, Ing. Kateřině Trochtové, za užitečné rady a pomoc při psaní bakalářské práce a konzultantce, paní Ing. Haně Šedové. Své sestře bych chtěla poděkovat za podporu při studiu nejen na vysoké škole.

OBSAH

ÚVOD **8**

I TEORETICKÁ ČÁST **9**

1 FUNDRAISING **10**

1.1 VYUŽITÍ FUNDRAISINGU 10

1.2 VÝSLEDKY FUNDRAISINGU 11

2 FORMY FUNDRAISINGU **12**

2.1 INDIVIDUÁLNÍ FUNDRAISING 12

2.2 FIREMNÍ FUNDRAISING 12

2.3 VEŘEJNÁ SPRÁVA A EVROPSKÁ UNIE 13

2.3.1 Evropská unie 14

2.4 NADACE, NADAČNÍ FONDY 16

2.5 PŘÍJMY Z VLASTNÍ ČINNOSTI 16

3 METODY FUNDRAISINGU **17**

3.1 METODY INDIVIDUÁLNÍHO FUNDRAISINGU 17

3.1.1 Veřejná sbírka 17

3.1.2 Benefiční akce 18

3.1.3 Telefonické oslovení 19

3.1.4 Členské příspěvky 20

3.1.5 Poštovní kampaň 20

3.2 METODY FIREMNÍHO FUNDRAISINGU 22

3.2.1 Finanční dary 22

3.2.2 Pronájem prostor nebo zařízení 22

3.2.3 Darování služeb nebo výrobků 22

3.3 METODY VEŘEJNÉ SPRÁVY, EVROPSKÉ UNIE A NADACÍ 23

3.3.1 Poskytnutí dotace či grantu 23

4 ÚČINNOST FUNDRAISINGU **24**

4.1 FUNDRAISER 24

4.2 FUNDRAISINGOVÝ PLÁN 25

4.3 FAKTORY ÚSPĚŠNOSTI FUNDRAISINGU 25

5 PROJEKT **27**

5.1 FORMULACE PROJEKTU 27

5.2 DALŠÍ OBLASTI PROJEKTU 28

II PRAKTICKÁ ČÁST **30**

6 PROJEKT „DŮM KARDINÁLA ŠTĚPÁNA TROCHTY“ **31**

6.1 SOUVZTAŽNOST PROJEKTU 31

6.1.1 Osobnost kardinála Štěpána Trochty 31

6.1.2 Římskokatolická farnost Francova Lhota 32

6.1.3 Projektový tým 32

6.2 O PROJEKTU 32

6.2.1 Odůvodnění realizace projektu 33

6.2.2 Záměr projektu 34

6.2.3 Cíle projektu 34
6.2.4 Výstupy projektu 35
6.2.5 Aktivity projektu 35
6.2.6 Cílové skupiny 36
6.2.7 Harmonogram projektu 37
6.2.8 Možné překážky a rizika 37
6.3 SWOT ANALÝZA PROJEKTU 38
7 FUNDRAISINGOVÝ PLÁN 40
7.1 METODY INDIVIDUÁLNÍHO FUNDRAISINGU 41
7.1.1 Veřejná sbírka 41
7.1.2 Individuální dárcovství 42
7.1.3 Dobrovolníci 43
7.1.4 Benefiční akce 43
7.1.5 Členské příspěvky 44
7.1.6 Vlastní zdroje 45
7.2 NADACE 45
7.3 VEŘEJNÁ SPRÁVA 46
7.4 FIREMNÍ FUNDRAISING 47
7.4.1 Firemní dárcovství 47
7.4.2 Darování služeb nebo výrobků 48
7.5 ÚVĚR 49
7.6 ROZPOČET PLÁNOVANÝCH PŘÍJMŮ 49
7.7 DOPORUČENÍ PRO PROJEKTOVÝ TÝM 50
ZÁVĚR 53
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY 55
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK 57
SEZNAM OBRÁZKŮ 58

ÚVOD

V dnešní době se fundraising velice rozšířil. Na vyhledávání možných zdrojů financování se organizace zaměřují, aby zvýšily své možnosti udržet se na trhu. Proto existuje mnoho kurzů, které mohou využít, a tak se naučit fundraising použít v plném rozsahu.

V bakalářské práci se budu zabývat možnostmi, jak získat finanční prostředky na uskutečnění projektu „Dům kardinála Štěpána Trochty".

Důvod, proč jsem si vybrala téma fundraisingový plán projektu „Dům kardinála Štěpána Trochty" je, že je to aktuální projekt, kterým se zabývá Farnost Francova Lhota, realizovaná dobrovolnou činností obce. Dům byl zakoupen v roce 2006 a zatím byly uskutečněny pouze základní opravy a úpravy. Nyní chce farnost začít s kompletní přestavbou domu na muzeum kardinála Štěpána Trochty a zároveň vytvořit nový prostor pro občany.

V teoretické části se budu zabývat obecným objasněním fundraisingu, jeho využitím a výsledky. Dále budou objasněny základy fundraisingu, jeho formy, metody a zásady. Tyto problematiky stručně popíši, abych shromáždila definice, které jsou důležité pro pochopení fundraisingu. Také zde budu popisovat fundraisingový plán a tvorbu projektu, kde zmíním metodu logického rámce a metodu stanovení cílů SMART. Postup při popisu fundraisingového plánu a projektu jsem si zvolila, abych nastolila souvztažnost s praktickou částí a objasnila, jak se využívají projekty ve finančním řízení.

V praktické části se budu zabývat konkrétním projektem. Po uvedení do souvislosti a kontextu projektu představením kardinála Trochty a Římskokatolické církve budu popisovat projekt: záměr, cíly, výstupy i aktivity. V neposlední řadě se budu zabývat návrhy na získání finanční podpory pro projekt. Zvolím metody, kterými může farnost získat finanční prostředky pro tento projekt, jakou částku bude očekávat, při správním použití metody a jakými kroky toho docílí.

Závěrem bude jasně znázorněn fundraisingový plán s použitými metodami a částkami, které tyto metody přinesou.

I TEORETICKÁ ČÁST

1 FUNDRAISING

Fundraising v doslovném překladu znamená zvyšování či budování fondu určeného k určitému cíli. (Poláčková, 2005, s. 11)

Pod pojmem fundraising si můžeme představit:

- obor zahrnující různé metody a postupy, jak získat finanční a jiné prostředky na činnost organizací občanské společnosti,
- schopnost, jak přesvědčit druhé, že vaše organizace dokáže řešit důležité problémy a že je potřebnou součástí společnosti. (Kroupa, 2006, s. 3)

Fundraising je chápan také jako nástroj, jehož pomocí lze druhé inspirovat k dobrým skutkům, přesvědčit je, že peníze nejsou všechno a dát jim možnost darovat i svůj čas, zájem a důvěru. (Kroupa, 2006, s. 3) *„Je tvořen provázanými aktivitami, které organizace musí v běžném provozu provést tak, aby si zajistila dostatečné zdroje - peníze, zázemí a lidi.“* (Šedivý, Medlíková, 2009, s. 65)

1.1 Využití fundraisingu

Organizace, které využívají fundraising jsou zpravidla nevládní neziskové organizace, rozpočtové nebo příspěvkové organizace, obce, mikroregiony, kraje, církve. Fundraising je důležitou součástí práce organizace a v mnohých případech rozhoduje o úspěchu nebo neúspěchu projektu nebo celé organizace.

Důvody proč se organizace zabývají fundraisingem:

Stabilita

Každá organizace potřebuje peníze (na mzdy zaměstnancům, pronájem kanceláří, nové technické zařízení, nový projekt, atd.). Když organizace peníze nezíská, nemůže dělat svou práci, tedy nenaplňuje poslání, kvůli kterému vznikla a kvůli němuž existuje. Proto využívá fundraising, aby této situaci předcházela a získala dostatek financí.

Rozšíření a rozvoj

Pokud chce být organizace úspěšná, musí rozšiřovat činnost, zlepšovat služby, rozšiřovat svoji působnost do dalších regionů, inovovat. Dosáhne toho pomocí získávání nejenom finančních příspěvků, ale také díky věcným darům a službám.

Omezení závislosti

Řada organizací je podporována jedním nebo několika mála významnými dárci, kteří poskytují většinu finančních prostředků, které organizace potřebuje. Fundraising pomůže zajistit pro organizaci více zdrojů, ze kterých je financována a nemusí být závislá pouze na jednom z nich, tj. vícezdrojový fundraising. (Šedivý, Medlíková, 2009, s. 66)

Budování sítě podporovatelů

Pomocí fundraisingu nezískáváme pouze peníze, ale také nové příznivce. Lidé, kteří organizaci podporují, jsou pro ni důležití a rozšiřují dobré jméno organizace.

Vytváření udržitelné organizace s dobrým jménem

Málo která organizace dosáhne svých cílů za rok, proto je potřeba vytvořit finančně silnou a udržitelnou organizaci. Tím, že se organizace naučí používat fundraising pravidelně, docílí i pravidelných příspěvků pro svou činnost.

(Fundraising pro začátečníky, 2013, s. 3)

1.2 Výsledky fundraisingu

Fundraising se netýká pouze zajištění finančních prostředků pro organizaci, ale také může organizace získat služby nebo výrobky.

Pomocí fundraisingu organizace vytváří struktury, procesy a nastavuje postupy, které jim umožňují dosáhnout stanovených cílu a zajistit tak stabilitu, dobrý chod a rozvoj organizace.

Fundraisingem organizace budují funkční systém finančního plánování, o které se stará určená osoba tzv. fundraiser[4].

[4] O osobě fundraisera více v kapitole 4.1.

2 FORMY FUNDRAISINGU

Pro získání finančních prostředků se používají různé formy fundraisingu. Ty se dále člení podle původu zdrojů financování.

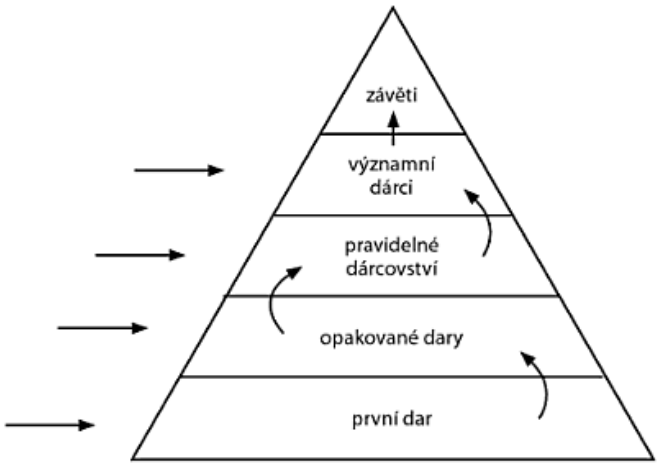
2.1 Individuální fundraising

Touto formou organizace získává finanční prostředky od jednotlivých dárců. Dary mohou být věcné nebo peněžité.

Individuální dárci neočekávají protislužbu za svůj dar, rozhodují se podle vlastních emocí, kam své peníze vloží.

Podporu mohou vyjádřit rozmanitými způsoby: veřejná sbírka, loterie, dobročinná aukce, dárcovská SMS a dalšími způsoby, které budou popsány níže v práci.

Při dlouhodobém kontaktu s dárci si s nimi může organizace vybudovat vztah a tím dosáhnout opakovaného dárcovství. O tom vypovídá níže uvedený obrázek.



Zdroj: Šedivý M. a O. Medlíková, 2012, s. 49

Obr. 1 Dárcovská pyramida

2.2 Firemní fundraising

Forma je zacílena na oslovování firem a podniků, které přispívají neziskovým organizacím ve formě darů peněžních i věcných, například pomocí finančních prostředků z dobročinné aukce, reklamy, propagace, zapůjčení prostor nebo techniky. K firemnímu fundraisingu patří i slevy při nákupu zboží a využívání služeb.

Firmy a podniky jsou motivovány podnikatelskými zájmy, mohou organizaci podporovat i několik let a propůjčit jí tak i svou prestiž.

Důvody podpory od firem:

Zlepšení image

Firmy chtějí být vnímány jako dobří občané a celou společností jako firmy, kterým není vše lhostejné. Tato činnost se nazývá společenská odpovědnost firem[5].

Spojitost s tématem

Těžařské firmy často rády podporují ekologické projekty, farmaceutické firmy projekty spojené se zdravím, banky zase projekty ekonomického rozvoje atd.

Spojitost s územím

V kraji je jedna velká firma, která se rozhodne podporovat projekty především ve svém okolí.

Jsou požádány a očekává se to od nich

Když velká banka podpoří významný kulturní projekt, pak by jiné velké banky také mohly mít zájem poskytnout podporu a ukázat se částkou, kterou darují, jako velkorysé.

Osobní zainteresovanost

Předseda představenstva nebo člen užšího vedení mají zájem o poslání organizace.

Finanční výhodnost

Dary pro charitativní a jiné neziskové organizace se často nevztahuje zdanění.

(Kroupa, 2006, s. 17)

2.3 Veřejná správa a Evropská unie

Organizace využívají možnost získávání finančních prostředků z veřejné správy a to prostřednictvím dotací, grantů nebo v rámci veřejného výběrového řízení. Tyto veřejné zdroje jsou složeny z peněz daňových poplatníků.

---

[5] Společenská odpovědnost firem - v současné době nemá žádnou jednotnou definici. Jednu z definic uvedla Evropská unie jako *„dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací“*.

O této problematice existuje mnoho knih. Jedna z nich je např. Kunz, Vilém, Ing. PhD., 2012, *Společenská odpovědnost firem*.

Veřejná správa zahrnuje státní správu a samosprávu. Státní správa obsahuje ministerstva a jimi zřízené příspěvkové organizace. Samosprávu tvoří kraje, města a obce a jimi zřízené příspěvkové organizace.

Dotace

Dotací se rozumí finanční příspěvek poskytnutý z veřejných zdrojů, to jsou finanční prostředky ze strany státu nebo územněsprávního celku, což jsou kraje, města nebo městské části. Česká republika rozděluje peníze z Evropské unie pomocí různých programů a fondů, kterými se věnuji níže.

Grant

V případě grantu se jedná o dar poskytnutý za konkrétním účelem, ve většině případů jde o vědecké, výzkumné nebo také kulturní projekty.

O přidělení grantu se rozhoduje v grantových agenturách pomocí veřejné soutěže. V České republice existuje mnoho grantových agentur, jsou to například: Grantová agentura Akademie věd ČR, Granty Ministerstva zdravotnictví, Granty vypisované Ministerstvem vnitra ČR, a další.

Výběrové řízení

Výběrové řízení ve veřejné správě je zaměřeno na humanitní a rozvojovou pomoc v rozvojových zemích. Jedná se například o evaluaci různých projektů, např. v Etiopii, Zambii, Gruzii, atd.

Ministerstvo zahraničních věcí zadá firmám projekt, ve kterém sepíší, jak by realizovaly zadaný projekt. Podle těchto informací se ministerstvo rozhodne, která firma projekt uskuteční s největší efektivitou.

2.3.1 Evropská unie

Neziskové organizace získávají finanční prostředky z Evropské unie prostřednictvím dotací z fondů a to tím, že sepíší žádost o dotaci. Pro čerpání zdrojů z EU v letech 2007-2013 je v České republice zřízeno 26 operačních programů, které jsou členěny na tematické, regionální, programy pro Prahu a programy s cílem Evropské územní spolupráce.

O podporu z operačních programů mohou žádat obce, kraje, ministerstva, podnikatelé, vlastníci dopravní infrastruktury, neziskové organizace, školy, výzkumná centra, vzdělávací instituce a další.

Fondy Evropské unie[6]

Fondy EU představují hlavní nástroj realizace evropské politiky hospodářské a sociální soudržnosti.

Regionální politika

Fondy jsou určeny pro překonání rozdílů mezi chudšími a bohatšími regiony a zeměmi EU.

V tomto odvětví organizace čerpají ze 3 hlavních fondů:

- Strukturální fondy
    - Evropský fond pro regionální rozvoj
    - Evropský sociální fond
- Fond soudržnosti

Zemědělství a rozvoj venkova

Pro podporu tohoto odvětví byl vytvořen finanční nástroj Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova a aktivity jsou v České republice podporovány prostřednictvím Programu Rozvoje venkova.

Rybolov

Finanční nástroj na podporu rybolovu je Evropský rybářský fond a aktivity v tomto fondu jsou podporovány Operačním programem Rybářství.

Komunitární programy

Programy jsou přímo financovány z EU prostřednictvím grantů. Komunitární programy v České republice jsou například Mládež v akci, Celoživotní učení (zde patří i Erasmus), Evropa pro občany, atd.

Fond solidarity EU

[6] Více o fondech Evropské unie na stránkách www.strukturalni-fondy.cz, zde lze nalézt popis fondů a odkazy na další informace nejen o evropských fondech.

Fond byl vytvořen jako odezva na povodně v roce 2002 a je určen členským i přistupujícím státům, které jsou postiženy velkou přírodní katastrofou.

(Fondy EU, 2013)

2.4 Nadace, nadační fondy

§1 zákona č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech, v platném znění, popisuje nadace takto: *„Nadace nebo nadační fond jsou účelová sdružení majetku zřízená a vzniklá podle tohoto zákona pro dosahování obecně prospěšných cílů. Obecně prospěšným cílem je zejména rozvoj duchovních hodnot, ochrana lidských práv nebo jiných humanitárních hodnot, ochrana přírodního prostředí, kulturních památek a tradic a rozvoj vědy, vzdělání, tělovýchovy a sportu.“* Zřídit nadaci může každá fyzická nebo právnická osoba, pokud tato osoba není vyloučena jiným předpisem. Nadace musí mít počáteční jmění v miliónových hodnotách, aby mohly čerpat výhody dané zákonem. Granty z nadací a nadačních fondů jsou určeny na jeden rok. Každá nadace má určitá pravidla, které je nutno respektovat a dodržovat.

Výběr vhodné nadace:

- zjistit poslání a jaké projekty podporuje
- geografická působnost
- druh výše a podmínky poskytnutí grantu
- termíny přijetí žádosti

(Fundraising, 2012, s. 10)

2.5 Příjmy z vlastní činnosti

Organizace získává finanční prostředky prostřednictvím prodeje vlastních výrobků či služeb. Je to způsob, jak nezisková organizace buduje vztahy s veřejností, tito lidé nemusí být pouze zákazníky, ale mohou se stát budoucími dárci. (Šedivý, Medlíková, 2012, s. 56)

Příjmy jsou získávány například z chráněných dílen, kde členové vyrábějí vlastní výrobky a ty dále prodávají. Také pro příjem může organizace pronajímat vlastní prostory a další různé možnosti samofinancování.

Zisk z této činnosti organizace nesmí rozdělit mezi své členy, ale musí jimi financovat další rozvoj organizace.

3 METODY FUNDRAISINGU

Pro fundraising není důležité pouze, od koho budou finanční prostředky získávány, ale také jakými způsoby. Každá forma fundraisingu používá jiné metody.

Individuální fundraising využívá např. vyhlášení veřejné sbírky, benefiční akce, poštovní kampaně nebo telefonické kampaně, atd.

Firemním fundraisingem je míněno získávání peněz např. z pronájmu prostor nebo zařízení, věcné nebo finanční dary od firem.

Nadace, nadační fondy a veřejná správa využívají k získání peněz především grantové programy a dotační programy Evropské unie.

3.1 Metody individuálního fundraisingu

3.1.1 Veřejná sbírka

„Jedná se o získávání a shromažďování finančních prostředku od dobrovolných dárců na předem stanovený účel.“ (zákon č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách, v platném znění). Tato metoda je častým způsobem, jak oslovovat komunitu k podpoře. V případě dostatečného počtu dobrovolníků a s dobrým naplánováním bývá považována za velmi efektivní. Díky dobrovolníkům se také rozšíří povědomí o cíli, k němuž je sbírka určena.

Rozlišují se základní druhy veřejné sbírky.

- sbírky po domácnostech - dobrovolníci navštěvují konkrétní domácnosti a tam objasňují účel sbírky
- pouliční sbírky - dobrovolníci oslovují lidi na ulicích
- sbírky na veřejných místech do umístěných kasiček
- prodej předmětů, kde je příspěvek zahrnut v ceně
- prodej vstupenek na kulturní či sportovní vystoupení nebo jiné akce
- dárcovské textové zprávy

(Poláčková, 2005, s. 26)

Při použití této metody se však vyskytují určité výhody a nevýhody.

Výhody:

- osobní setkání s dárcem, přímá komunikace

- velký rozsah území
- rozšíření povědomí o projektu a o organizaci
- možnost rychlého příspěvku

Nevýhody:

- náročná administrativní činnost
- časová náročnost
- potřeba počátečního kapitálu (náklady na reklamu)
- potřeba oslovit dobrovolníky a seznámit s účelem sbírky
- krátké setkání s dárce, není možné pořádně seznámit lidi s účelem sbírky

Příklady dobré praxe:

Úspěšné vyhlášení veřejné sbírky a nashromáždění značného obnosu, 8 miliónů korun, se uskutečnilo na opravu Karlova mostu. Velmi úspěšnou veřejnou sbírkou s patnáctiletou historií se stala, Pomozte dětem!.

3.1.2 Benefiční akce

Jedná se o konání veřejné akce, díky které pořadatelé získají finanční prostředky na uskutečnění svého projektu nebo dobrý chod organizace.

Základním parametrem pro konání úspěšné benefiční akce je mít dobrý nápad a dobrý tým lidí pro uspořádání akce. Pro různé typy projektů se pořádají různé benefiční akce. Jsou to například prodejní výstavy, festivaly, různé hudební, výtvarné nebo divadelní programy, aukce, tomboly, sportovní akce, atd.

Nejdříve si organizace musí určit, koho chce na akci pozvat a kolik peněz chce získat.

Výhody:

- přímé setkání s dárci a podrobné seznámení s účelem akce
- zlepšení dobrého jména organizace
- oslovení široké veřejnosti
- větší rozsah v případě návštěvy známé osobnosti

Nevýhody:

- spousta práce se zařizováním akce (místo, občerstvení, pozvání účastníků,…)
- zapojení mnoha lidí do příprav

- finančně a organizačně náročné

(Technický fundraising, 2013)

Příklady dobré praxe:

Konání benefičních koncertů na podporu různých nadací jako Pomozte dětem! nebo Kapka naděje se konají každoročně a jsou při nich vybrány velké obnosy. V letošním 15. ročníku Pomozte dětem! se vybralo přes 10 miliónů korun.

3.1.3 Telefonické oslovení

Touto cestou se organizace snaží získat finanční prostředky od osob, kterým telefonují a informují je o možnosti podpořit určitou organizaci nebo projekt.

K použití této metody je potřeba velké množství jmen, adres a především telefonních čísel potencionálních dárců. Je důležité sehnat mnoho dobrovolníků, kteří budou těmto lidem telefonovat. Pro telefonické oslovování dárců by mělo být určeno pouze jedno místo, ze kterého se bude telefonovat. To je dobré pro lepší fungování týmu a podpory při telefonování. V případě úspěšného telefonátu se dárci zasílá dárcovská smlouva a další dokumenty, proto by měli být tyto dokumenty připraveny, aby mohly být obratem zaslány. (Technický fundraising, 2013)

Výhody:

- možnost rychle zodpovědět otázky potencionálních dárců
- možnost získat vyšší částky
- pomoc od známých osobností - telefonují lidem

Nevýhody:

- potřeba velkého množství lidí
- vysoké náklady
- nízká efektivita - velká konkurence
- nízká obliba u lidí

Příklady dobré praxe:

Tento způsob hledání příznivců používal kandidát na prezidenta Karel Schwarzenberg ve své předvolební kampani.

3.1.4 Členské příspěvky

Jedná se o podporu v podobě části nebo celého členského příspěvku za účelem přispět na financování projektu nebo organizace.

Členy organizace nezískává pouze pro jejich finanční podporu, ale počet členů budí u sponzorů dojem, že organizace je úspěšná.

Za podporu od členů může organizace vyjádřit své díky pomocí spoluodpovědnosti za organizaci. Členy lze zapojit do chodu organizace, např. volbou členů do správní rady, pokud je to dovoleno statutárním orgánem. Členové také představují pro organizaci pravidelné příjmy. (Poláčková, 2005, s. 31)

Organizace nemusí mít přímo členy, ale může mít zřízen klub přátel organizace, kteří také mohou poskytovat pravidelné příspěvky.

Výhody:

- nejstabilnější zdroj
- čím více členů, tím více peněz
- velký potenciál při případných potížích projektu

Nevýhody:

- spíše symbolické částky
- náročné na udržování kontaktu se členy (dopisy, časopis, akce)

Příklady dobré praxe:

Tento způsob financování si zvolila Fotbalová asociace České republiky. Podporu v podobě členských příspěvků používá organizace ČSOP Kosenka Valašské Klobouky a také nadace Člověk v tísni, kde se lidé mohou stát členy Klubu přátel Člověka v tísni.

3.1.5 Poštovní kampaň

Jde o získávání finančních prostředků prostřednictvím dopisů zaslaným na adresy potencionálních dárců s informacemi o organizace.

Při zahájení poštovní kampaně je dobré držet se několika základních bodů.

Vyhledání potencionálních dárců

Účinnou cestou pro hledání dárců je okolí organizace. Od těchto lidí je pravděpodobné, že by mohli poslat nějaký příspěvek. Nebo mohou být využity Zlaté stránky, což může být v některých případech velice účinné.

Načasování kampaně

V organizaci by si měli uvědomit, kdy je vhodné vybrané dárce oslovit a požádat o příspěvek.

Forma dopisu

Velikou roli při této metodě hraje vzhled dopisu i obálky. Dobré je odlišit se od ostatních dopisů a jiných zásilek. Také by se měla organizace zaměřit na osobní přístup. Špatnou cestou k dárci by byly gramatické nebo jiné chyby v dopise např. ve jméně, v datu. Dopis by se měl dobře číst a zároveň by měl být stručný, ale výstižný. Měl by obsahovat emoce a ne jen pouhá fakta. Důležité je požádat dárce o podporu a připojení kontaktu na organizaci. Závěrem dopisu by měl být vlastnoruční podpis.

Předtištěná odpověď

S dopisem je také výhodou zaslat předtištěnou odpověď pro snadnější komunikaci za strany dárce. Formulář by měl být krátký, stručný a srozumitelný. Mělo by být nabídnuto více možností, jak dárce může zaslat svou platbu na účet a také nabídka zapojit se do práce organizace i jinak než finančně. K odpovědi by měla být přiložena obálka se zpáteční adresou.

Děkovný dopis

V případě podpory od dárce je vhodné zaslat děkovný dopis pro udržení vztahu pro příští kampaň. Organizace by ho měla mít dopředu připravený. Měl by být srozumitelný, přehledný, originální. Děkovný dopis by měl být odeslán co nejdříve. (Technický fundraising, 2013)

Výhody:

- zasažení širokého okolí
- snadná administrativa

Nevýhody:

- lidé je nemusí ani otevřít
- může se ztratit v záplavě jiných letáků

Příklady dobré praxe:

Finanční prostředky pomocí této metody chtějí získat umělci malující ústy a nohama a také touto cestou hledají podporu Lékaři bez hranic a Nadace UNICEF.

3.2 Metody firemního fundraisingu

3.2.1 Finanční dary

Organizace získávají finanční prostředky díky firmám, které jsou ochotné darovat část ze svého zisku na pomoc při realizaci projektu nebo podpory organizace.

Výhody:

- okamžitá pomoc
- každá organizace takový dar uvítá

Nevýhody:

- jednorázovost daru
- vliv ekonomické situace v zemi
- nestabilní zdroj

3.2.2 Pronájem prostor nebo zařízení

Firma je ochotna zapůjčit organizaci prostory ve své budově nebo zapůjčí vybavení firmy bez poplatku, např. dataprojektor, stoly a židle, atd.

Výhody:

- šetření výdajů organizace
- možnost použít lepší vybavení než by si mohla organizace dovolit

Nevýhody:

- nutnost vrácení zařízení
- možnost vyskytnutí technických závad na zařízení

3.2.3 Darování služeb nebo výrobků

Touto cestou se firma podílí na podpoře organizace tím, že nakoupí výrobky nebo zboží a to doručí do organizace. Nebo daruje poskytnutí služeb svého předmětu podnikání organizaci. Např. tiskárna, počítače, instalace softwaru, atd.

Výhody:

- šetření finančních prostředků na jiné zařízení
- možnost získat více investorů

Nevýhody:

- možnost nevyužití zařízení (nepraktické zařízení)
- investoři žádají protislužbu (reklama u projektu,…)

3.3 Metody veřejné správy, Evropské unie a nadací

3.3.1 Poskytnutí dotace či grantu

Existuje mnoho programů nejen z EU a veřejné správy, díky kterým může organizace získat finanční prostředky. Nadace mají také své programy, pomocí kterých rozdělují peníze na různé projekty.

Organizace musí vytvořit jistý projektový záměr a představit tak projekt, na kterém chce pracovat[7] a zpracovat žádost o grant či dotaci. Žádosti jsou rozdílné a vyžadují jiné informace. Dále tato žádost postupuje do schvalovacího řízení a tam se rozhodne, zda organizace peníze získá nebo ne. Při tomto způsobu financování je nutné svou činnost předfinancovat z jiných zdrojů, protože organizace prostředky získá až po určité době.

Výhody:

- záruka jisté finanční podpory (v případě dobře vypracované žádosti)
- organizace může získat větší obnos na rozvoj
- lze financovat jak "tvrdé" investiční projekty, tak i projekty "měkké" tj. tvorba metodik, zavádění novinek do organizace, mzdové náklady
- mohou být na dobu delší než 1 rok

Nevýhody:

- administrativní náročnost a obtížná kontrola
- činnosti musí být precizně dokladovány a zdokumentovány
- organizace musí dokázat udržitelnost projektu
- předfinancování

[7] Zpracování projektu je popsáno v kapitole 5

4 ÚČINNOST FUNDRAISINGU

Pro úspěšně vykonávaný fundraising, by organizace měla mít člověka, který tomu rozumí a věnuje se tomu. Měla by mít vypracovaný plán financování a také je dobré řídit se několika základními pravidly a ty dodržovat.

4.1 Fundraiser

Ve stabilní a dobře fungující neziskové organizaci by měl být jeden nebo i více lidí, kteří fundraisingu rozumí a v organizaci se jím zabývají. Počet těchto osob závisí na velikosti, poslání a cílech organizace. Tento člověk, tzv. fundraiser, fundraising koordinuje nebo jej přímo řídí. Pracuje s mnoha zdroji a používá mnoho metod pro získání podpory, měl by být schopný pro organizaci zajistit i nepeněžní dary. Úspěšný fundraiser by měl najít takovou kombinaci metod pro získání peněz, který bude vyhovovat poslání organizace, jejich cílům či konkrétnímu projektu.

V organizacích se fundraisingem zabývá více osob, které mají znalosti z jiných oborů a mají rozdílné vlastnosti, které jsou vhodné pro různé formy fundraisingu.

Fundraiser by měl dobře vycházet s dárci a měl by je dobře znát. Práce fundraisera je velmi časově náročná, a také se setkává s častým zklamáním. Literatura uvádí, že dobrý fundraiser má úspěšnost 5-10 %.

Úkoly fundraisera:

- vede spolupracovníky, aby mysleli fundraisingově
- připravuje finanční plán a podílí se na tvorbě zdrojového rozpočtu
- připravuje rozpočet nákladů na samotný fundraising a aktivity s nimi spojené
- plánuje, připravuje a podílí se na realizaci fundraisingových kampaní a akcí
- vyhledává a oslovuje nové dárce
- komunikuje se stávajícími dárci a informuje je o činnosti organizace a o nakládání s finančními dary
- vede databázi dárců
- zajišťuje propagaci

a mnoho dalších povinností. (Šedivý, Medlíková, 2009, s. 72)

4.2 Fundraisingový plán

Důležitou součástí fundraisingu je sestavení fundraisingového plánu. Ten usnadňuje a zrychluje rozhodování, zvyšuje efektivitu a přesně stanovuje odpovědnosti a kompetence.

Když se do projektu lidé pustí bez plánování, vzniká velké riziko, že budou plýtvat časem svým, ale především časem dárců. (Fundraising pro malé organizace, 2013, s. 11)

Základy fundraisingového plánu tvoří:

Cíl

Aby mohl fundraising efektivně probíhat je důležité si nejdříve určit cíle, které by měly být dosazeny prostřednictvím fundraisingového plánu v určitém časovém horizontu. Cíl by měl konkrétně vystihovat, co potřebujeme a kolik finančních prostředků budeme potřebovat. Nejdříve se stanoví cíle dlouhodobé a od nich se budou odvíjet cíle dílčí.

Rozpočet

Položky v rozpočtu jsou naplánovány na časový interval trvání projektu. Sestavení rozpočtu je úkol pro finančního ředitele nebo pro osobu plánující fundraising. Výdaje v rozpočtu jsou např. mzdy, nemateriálové položky, energie, služby, provoz, akce, atd. Příjmové položky v rozpočtu jsou složeny ze zdrojů. Zákonem přidělené finanční prostředky, dále prostředky z osvědčených zdrojů a také z nově získaných zdrojů. (Fundraisingový plán, 2/2007)

Harmonogram

Organizace si vypracuje harmonogram, ve kterém jednotlivé činnosti rozdělí do etap s uvedenými termíny splnění a těm přidělí částky, které bude muset získat pro její uskutečnění.

Rozdělení odpovědnosti za úkoly

Při hledání finančních prostředků je důležité rozdělit úkoly a odpovědnost mezi členy nebo zaměstnance organizace. Je nutné, aby se této činnosti věnovalo více osob a tak docházelo i k průběžné kontrole ze stran kolegů a nedocházelo k selhání jednotlivců.

4.3 Faktory úspěšnosti fundraisingu

Úspěšnost fundraisingu můžeme ovlivnit těmito faktory:

Proaktivní přístup k fundraisingu

Nestačí pouze dobře popsat činnost organizace a projektu, je také nutné vyzvat potencionálního dárce, aby přispěl. Organizace by měla žádat konkrétní částku, službu nebo produkt.

Osobní přístup

Pro úspěšný fundraising je důležitý osobní přístup k dárcům, nestačí pouze zavolat nebo poslat dopis. Při osobní schůzce se dárce lépe seznámí s organizací a s projektem, který chce podpořit.

Porozumění pohledu dárce

Tato zásada pomáhá organizacím lépe upoutat dárce tím, že si představí sebe na místě dárce. Tímto způsobem může dárce lépe informovat a přesvědčit k poskytnutí pomoci.

Zacílení na lidi

Při fundraisingu se organizace nezaměřuje pouze na peníze, které získá od dárců, ale především na lidi, kteří ty peníze poskytnou. Proto by organizace měla dobře zapůsobit na dárce, aby získala peníze.

Pravdivost údajů

Organizace musí poskytovat pravdivé údaje o projektu. Lidé nebudou přispívat na projekt, o kterém ví, že jeho tvůrce ho přikrášluje.

Projev vděku

Když dárci přispějí na projekt, měla by organizace zvážit způsob, jak mu poděkuje.

(Fundraising pro úplné začátečníky, 2007, s. 4)

Public relations a marketing

Důležitý faktor pro úspěšnost fundraisingu je public relations[8]. Pomocí něho organizace rozšíří povědomí o organizaci a své jméno v okolí a představí svou činnosti pro společnost.

Při dodržování těchto rad je pravděpodobné, že dárci budou spokojeni a že se stanou trvalými dárci.

---

[8] Public relations - jedná se o všechny činnosti a aktivity, které organizace provádí pro svou dobrou pověst (např. provoz webových stránek, pořádání akcí, komunikace s médii, atd.), více informací o PR je k nalezení v literatuře Šedivý, Medlíková, 2009, *Úspěšná nezisková organizace.*

5 PROJEKT

Na pojem projekt se můžeme podívat ze dvou rozdílných úhlů. Jedním je nástroj pro řízení a druhý je nástroj financování. Práce je zaměřena na druhý úhel pohledu.

Projekt je jedinečný soubor aktivit a úkolů, které vedou k dosažení předem stanového cíle. Aktivity mají přesně definovaný začátek a konec a také určenou výši rozpočtu, který bude potřeba k realizaci projektu. (Doležal, Máchal, Lacko, 2009, s. 34)

5.1 Formulace projektu

Projekt by měl být formulován stručně, jasně a výstižně. Zejména je důležité stanovit posloupnost cílů, výstupů a aktivit, definovat a kvantifikovat cílové skupiny projektu, přehledně prezentovat výchozí situaci a závěry analýz, které byly provedeny v rámci přípravy projektu. (Doležal, Máchal, Lacko, 2009, s. 58)

Pro stanovení posloupnosti cílů, výstupů a aktivit se využívá metoda logického rámce.

Metoda logického rámce (Logframe)

Je to postup, který umožňuje navrhnout a uspořádat základní charakteristiku projektu ve vzájemných souvislostech. Metoda není důležitá pouze ve fázi přípravy projektu, ale také je nástrojem pro jeho implementaci a hodnocení. (Doležal, Máchal, Lacko, 2009, s. 64)

Záměr (opatření)	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdrojek ověření	
Cíl projektu	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdrojek ověření	Předpokaldy, podmínky a rizika
Výstupy projektu	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdrojek ověření	Předpokaldy, podmínky a rizika
Aktivity projektu	Prostředky/ výstupy	Harmonogram aktivit	Předpokaldy, podmínky a rizika
		předběžné podmíky	

Zdroj: Doležal, Máchal, Lacko, 2009, s. 64

Tab. 1 Matice logického rámce

V rámci této práce bude využit pouze první sloupec matice, tzv. intervenční logika projektu.

Záměr

Je to zamýšlený výsledek, který organizace chce uskutečněním projektu dosáhnout.

Cíl

Cílem projektu je vytvoření koncových výsledků zaměřených na výstupy v požadovaném časovém termínu, prostřednictvím daného rozpočtu a akceptovatelných rizik. (Doležal, Máchal, Lacko, 2009, s. 58).

Pro dobré definování cíle se používá technika *SMART*:

S (specifický) - cíle jsou konkrétně popsány

M (měřitelný) - cíle jsou opatřeny měřitelnými parametry, podle nichž jde rozpoznat, zda bylo cíle dosaženo

A (akceptovaný) - cíle jsou přidělitelné jedinému subjektu s odpovědností a autoritou k výkonu rozhodnutí

R (realistický) - cíle jsou dosažitelné s použitím disponibilní zdrojů a realistické

T (termínovaný) - je určen časový horizont, ve kterém by mělo být cíle dosaženo

(Svozilová, 2011, s. 83)

Výstupy

Jsou to konkrétní výstupy, které budou vytvořeny v průběhu projektu, tak aby byl naplněn účel projektu.

Aktivity

Jsou to dílčí činnosti, které rozhodujícím způsobem ovlivňují realizaci výstupů.

5.2 Další oblasti projektu

Rozpočet

Rozpočet představuje plánované financování projektu. Jsou v něm uvedeny co nejpřesněji náklady vzniklé při realizaci.

Při sestavování rozpočtu projektu je dobré začít plánováním výdajů a k tomu hledat zdroje krytí. (Doležal, Máchal, Lacko, 2009, s. 187)

Zainteresované strany a cílové skupiny

Zainteresovanou stranou muže být kdokoliv, kdo je ovlivněn realizovaným projektem. Zainteresované strany se dělí podle významnosti na dvě skupiny: primární a sekundární.

Primární strany:

- vlastníci a investoři
- zaměstnanci
- zákazníci
- obchodní partneři (dodavatelé)
- místní komunita

Sekundární strany:

- veřejnost
- vládní instituce a samosprávní orgány
- konkurence
- lobbisti a různé nátlakové skupiny
- média
- občanská a obchodní sdružení

(Doležal, Máchal, Lacko, 2009, s. 49)

Při analýze zainteresovaných stran je důležité zvážit stupeň zapojení do řešení a rozhodovaní v projektových záležitostech prostřednictvím těchto postupů:

- informovat o průběhu a řešení
- připomínky - zainteresovaným stranám je umožněno zmínit své připomínky, které by měli být vypořádány
- zapojení do řešení
- spolupráce na rozhodování
- definování svého rozhodnutí v průběhu rozhodovacího procesu

(Doležal, Máchal, Lacko, 2012, s. 55)

Harmonogram

Při plánování projektu je důležité přesně rozvrhnout časové intervaly jednotlivých činností, kterými se bude organizace zabývat. Tím zjistí, jak dlouho se bude projekt realizovat, kdy bude dokončen a kdy má začít s jednotlivými aktivitami, aby byl realizovaný v čas.

II PRAKTICKÁ ČÁST

6 PROJEKT „DŮM KARDINÁLA ŠTĚPÁNA TROCHTY“

6.1 Souvztažnost projektu

Pro objasnění projektu je důležité zmínit nějaké informace o kardinálu Trochtovi a Římskokatolické farnosti Francova Lhota.

6.1.1 Osobnost kardinála Štěpána Trochty

Narodil se dne 26. března 1905. Do školy chodil ve Francově Lhotě, dále na gymnázium v Kroměříži, kde složil zkoušky a poté se vydal do Itálie a tam vstoupil do řádu salesiánů. Studium ukončil roku 1932 doktorátem z teologie a byl vysvěcen na kněze 3. července 1932.

Po návratu z Itálie byl poslán na budování domu pro mládež do Ostravy a poté také do Prahy v roce 1935. Během heydrichiády v roce 1942 byl Trochta zatčen a do konce války byl vězněn v koncentračních táborech Terezín, Mauthausen a Dachau.

Po osvobození 23. května 1945 se vrací Štěpán Trochta do ústavu mezi své, má však podlomené zdraví. 16. listopadu 1947 byl jmenován papežem Piem XII. biskupem litoměřickým.

V padesátých letech Štěpána Trochtu na každém kroku sledovali příslušníci státní bezpečnosti. 16. ledna 1953 byl zatčen a odvezen do Ruzyně. V červenci 1954 došlo k soudnímu přelíčení, kde byl odsouzen na 25 let za velezradu a vyzvědačství. Do amnestie v roce 1960 si odpykával svůj trest v šesti různých věznicích. To co tam zažil, bylo dle Trochtových slov horší než koncentrační tábory.

Bylo mu oznámeno, že již nikdy nebude vykonávat biskupský úřad a tak začal pracovat jako pomocný dělník.

V roce 1962 prodělal dvakrát srdeční záchvat a šel do předčasného důchodu. V roce 1968 mu bylo dovoleno vrátit se zpět na biskupský stolec do Litoměřic. 28. dubna 1969 byl jmenován kardinálem in pectore, tzn. bez veřejného vyhlášení. K tomu došlo až 5. března 1972 papežem Pavlem VI. V dubnu k němu přijel z Ústí nad Labem církevní tajemník. Jednání se táhlo několik hodin a pro kardinála bylo mimořádně nepříjemné. Večer byl kardinál zcela vyčerpán a ráno byl nalezen v bezvědomí po mrtvici. Byl převezen do litoměřické nemocnice, kde 6. dubna 1974 odpoledne zemřel.

Život a dílo Štěpána Trochty byly veřejně oceněny až po listopadu 1989. Prezident Václav Havel tak učinil 28. října 1992, kdy 17. litoměřickému biskupovi a 4. salesiánskému kardinálovi propůjčil in memoriam Řád T. G. Masaryka II. třídy. (Novosad, 2001)

6.1.2 Římskokatolická farnost Francova Lhota

Římskokatolická farnost (ŘKF) Francova Lhota patří do Moravské církevní provincie, do Arcidiecéze olomoucké pod Děkanát Vsetín. Farnost vznikla roku 1787 s dokončením kostela sv. Štěpána Uherského. Do Farnosti patří nejen Francova Lhota, ale také Valašská Senice a Střelná.

Na Farnosti ve Francově Lhotě se již vystřídalo 24 farářů a administrátorů a v současné době se o ni stará Mgr. Jan Surowczyk z Polska.

V České republice se k Římskokatolické církvi hlásí 1 082 463 osob, z toho ve Zlínském kraji 142 926 osob.

Farnost se věnuje i prácí s mládeží. Podporuje sbor Schóla, ministrantství, každoročně pořádá živý betlém a uskutečňuje program „Od zrníčka ke chlebíčku“.

Realizace investičních akcí

ŘKF Francova Lhota již provedla několik větších investicí do své činnosti. Největší investicí byla výměna varhan. Tato činnost byla ve výši 3,5 milionu korun a z větší části byla financována dary od občanů a rodáků obce. Také byly provedeny další větší i menší opravy a udržování kostela jako nová malba, koberce, ozvučení, úprava fary, atd. Při realizacích projektů se farnost zodpovídá Ekonomické a Pastorační radě.

6.1.3 Projektový tým

Realizaci projektu „Dům kardinála Štěpána Trochty“ zajišťuje pět hlavních členů projektového týmu. Nejdůležitějším členem týmu je zástupce Farnosti Francova Lhota Mgr. Jan Surowczyk, organizaci a vedení projektu zajišťuje starostka Obce Francova Lhota Ing. Kateřina Trochtová, práci s veřejností a psaní projektu zajišťuje členka zastupitelstva obce paní Pavla Kolínková a dalšími členy projektového týmu jsou zástupci stavebníků.

6.2 O projektu

Římskokatolická farnost Francova Lhota vlastní od roku 2006 rodný dům kardinála Štěpána Trochty, který zakoupila z darů farníků, rodáků, občanů a místních podnikatelů

(na poslední chvíli v exekučním řízení) s myšlenkou na vytvoření památníku/muzea tohoto člověka, obnovení historické podoby domu a jeho oživení novými aktivitami.

Dům samotný byl postaven z nepálených cihel, tzv. vepřovic, na počátku minulého století jako jeden z prvních zděných domů v obci. Původní dům byl postupně upravován a přizpůsobován potřebám jeho obyvatel. ŘKF Francova Lhota se však rozhodla uvést dům do stavu co nejbližšího jeho originálnímu vzhledu, neboť je typickou ukázkou vývoje stavebnictví na Valašsku, kde byly typické "dřevěnice" na počátku 20. století nahrazovány jednoduchými zděnými domy v obdobném půdorysném členění - jizba, kuchyň, komora, chlévy.

Již od roku 2007 probíhají různé práce na záchraně a obnově domu. Do dnešního dne bylo zhotoveno:

- odstranění nepůvodních přístaveb – mimo verandu,
- vyčištění domu,
- odvodnění domu,
- opraveny stropy,
- připraven prostor pro sociální zařízení,
- vnitřní omítky,
- částečně rozvody elektriky

6.2.1 Odůvodnění realizace projektu

Mezi hlavní důvody k realizaci projektu patří tyto skutečnosti:

Kardinál Štěpán Trochta

Významná osobnost dějin katolické církve, salesiánského hnutí a také České republiky, v jejímž životě se zrcadlí všechny nešťastné historické události minulého století - chudoba, nacismus, komunismus. Chceme poukazovat na dobré a inspirativní příklady osob, jež dokázaly být morálními autoritami i v době, která morálce příliš nesvědčila.

Římskokatolická farnost vlastní rodný dům kardinála Trochty

Dům byl zakoupen z darů farníků, rodáků, podnikatelů, institucí a těmto všem lidem záleželo na tom, aby se dům a vzpomínka na kardinála zachovaly.

Dům je administrativně veden jako rodinný a je potřeba změnit účel jeho užívání na stavbu pro veřejnost.

Rodný dům kardinála Trochty byl ve špatném stavu, ale je typickou ukázku stavitelství na Valašsku z přelomu 19. a 20. století

Takových staveb se mnoho nezachovalo, jelikož byly postupně přestavovány dle potřeb jejich obyvatel, případně byly nahrazeny novými domy. Chceme jej zachovat v podobě co nejbližší původnímu vzhledu a vybavení, abychom mohli ukázat vývoj ve valašském bydlení, neboť v obci je i několik zachovalých dřevěnic, na které tento dům ve vývoji stavebnictví navázal. Přesto, že si stále zachovával stejné půdorysné členění, využíval jiných materiálů především nepálených cihel, tzv. vepřovic.

Dům nepotřebuje jen fyzickou opravu, ale i svého ducha, život a náplň

Záchrana domu, který by se stal pouhým mementem, neodpovídá ani životní filozofii kardinála Trochty, ani hospodárnému využití budovy.

V obci chybí prostor, který by o kardinálu Trochtovi informoval.

V obci již několik let úspěšné probíhá vzdělávací a výchovný program "Od zrníčka ke chlebíčku", který učí děti ze základní školy o tom, jak náročné je získat chléb. V průběhu roku si děti projdou celým procesem výroby chleba od zasetí zrníčka na poli, přes jeho sklizeň, pomletí až po upečení chleba. Tento program však nemá pevné a stálé místo pro své aktivity a bez čehož nelze program dále rozvíjet.

6.2.2 Záměr projektu

Účelem snažení je zrekonstruovat rodný dům kardinála Štěpána Trochty. Vytvořit zde expozici o jeho životě a zřídit nové místo pro setkávání obyvatel obce a jiných návštěvníků a také vytvořit zázemí pro další aktivity jako např. program „Od zrníčka ke chlebíčku“ a z jeho zahrady učinit příjemné místo k odpočinku v naší obci.

6.2.3 Cíle projektu

Hlavním cílem projektu je: *Zachovat odkaz významného rodáka naší obce a rozšiřovat povědomí o jeho osobnosti.*

Dílčím cílem je zachránit historický dům, vdechnout mu život a otevřít jej veřejnosti.

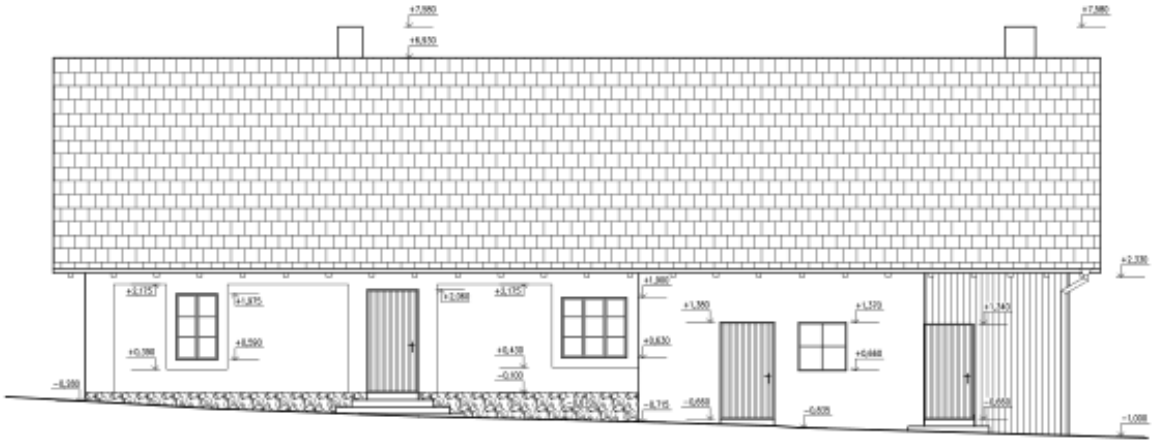
Dalším z našich dílčích cílů je posílit dialog mezi farníky a „nefarníky“ v obci tvořením společného díla celé komunity.

A v neposlední řadě chceme rozšířit nabídku cestovního ruchu v mikroregionu o nový produkt „Muzeum kardinála Štěpána Trochty“ a tím také zvýšit turistický ruch v Obci Francova Lhota.

6.2.4 Výstupy projektu

Výstupem bude projektová dokumentace nutná pro stavební úpravy a změnu účelu užívání budovy. Budova musí být převedena z obytné budovy na budovu veřejnou. Budova bude zrekonstruovaná a funkční pro užívání.

V domě bude zhotovena expozice o osobnosti a životě kardinála Štěpána Trochty a zřízená funkční místnost pro setkávání občanů. Zahrada před domem bude upravena pro užívání veřejností a bude jasně sestaven systém fungování a provozování domu.



Zdroj: Projektová dokumentace

Obr. 2 Podoba zrekonstruovaného domu

6.2.5 Aktivity projektu

1. *Stavebně-projektová příprava*
   - projektová dokumentace, změna užívání a stavební úpravy
2. *Stavební práce na rekonstrukci domu*
   - nová střecha, zbourání přístavby verandy, výstavba sociálního zařízení, splnění požárně-technických požadavků, zhotovení podlah, výměna oken a dveří, nová fasáda, rozvody elektrické energie, vytápění objektu, rampa pro tělesně postižené
3. *Vytvoření expozice*

- vytvoření libreta výstavy, opatření případných exponátů, zhotovení a instalace informačních panelů a potřebného zařízení

4. *Vytvoření zázemí pro komunitní aktivity*

   - vybavení místností nábytkem

5. *Vytvoření veřejně přístupné zahrady*

   - komunitní plánování pro navržení zahrady, práce na vytvoření zahrady

6. *Nastavení systému provozu domu*

   - určení správce, nastavení pravidel pro užívání domu

7. *Zajištění financování projektu*

   - projektová žádost Místní akční skupina Hornolidečska (MAS Hornolidečska), sestavení plánu financování, hledání dalších zdrojů.

6.2.6 Cílové skupiny

Projekt přinese užitek těmto cílovým skupinám:

1. **Návštěvníci a turisté** (500 osob/ročně)

   - návštěvníci obce a jejich turistických zajímavostí (Pulčínské skály cca 35 000 návštěvníků ročně, rozhledna asi 5 000 návštěvníků)
   - návštěvníci nedalekého Betléma v Horní Lidči (15 000 osob/rok)

2. **Děti z místních škol** (cca 200 dětí)

   - zázemí pro program, kterým celý rok procházejí každoročně druháci ZŠ
   - zázemí pro další aktivity pro děti – pečení perníčků, velikonoční dílny
   - účastnit se mohou i aktivně projektu: spolupráce na tvorbě expozice, zahrady aj.

3. **Skupiny dětí a mládeže ze salesiánských středisek a klubů, skauti apod.** (3 výpravy po 20 dětech/rok)

   - v České republice funguje 14 salesiánských středisek, ve kterých tráví svůj volný čas stovky dětí a mládeže
   - Junák a skauti jsou také potenciálními uživateli domu, neboť kardinál Trochta byl významnou osobností Junáka

4. **Farníci a obyvatelé Francovy Lhoty** (cca 1 600 osob)

- zájemci o tvůrčí dílny, které by mohli nalézt útočiště v domě – především matky s dětmi
- uživatelé zahrady
- mohou být aktivně zapojeni do projektu

6.2.7 Harmonogram projektu

12/2012	rozhodnutí o uskutečnění
01/2013	vyřízeno stavební ohlášení a zhotovená projektová dokumentace
02/2013	podána žádost do MAS Hornolidečska
02/2013	podána žádost do Nadace OKD
03/2013	zahájení prací předcházejících projektu z MAS Hornolidečska
04/2013	možnost zahájit realizaci projektu z MAS Hornolidečska (expozice, sociální zázemí)
12/2013	ukončení financování části projektu z MAS Hornolidečska
01/2014	zahájení plánování přestavby zahrady
04/2014	připomenutí 40. výročí úmrtí
04 – 10/2014	tvorba zahrady
04/2015	oslava 110 let narození

6.2.8 Možné překážky a rizika

Úspěšnou realizaci projektu by mohly zdržet nebo zhatit tyto faktory:

- Nepodaří se vzbudit zájem lidí o projekt. Pro eliminaci tohoto rizika budeme rozšiřovat povědomí o projektu pomocí obecního zpravodaje a nástěnek v obci a také se obrátíme na okolní media (např. Valašský deník nebo Jalovec).
- Nepodaří se projektu udělat dobré jméno. Riziko budeme zmenšovat pomocí zapojení našich spoluobčanů do přestavby a tím je s projektem seznamovat a dobré jméno zlepšovat.
- Nepodaří se sehnat potřebné finanční prostředky na alespoň nejnutnější potřebné věcí. Snížit toto riziko chceme tím, že rozšíříme povědomí o projektu a o tom, že lidé mohou projekt finančně podpořit.

- Nepodaří se plynule zajistit potřebné předfinancování dílčího projektu z MAS Hornolidečska. Eliminovat riziko můžeme tím, že požádáme o úvěr v bance, které se na tuto činnost zaměřuje.
- Nastanou komplikace stavebního charakteru. Riziko můžeme zmírnit tím, že nashromáždíme větší množství peněz a z toho budeme tyto komplikace financovat.
- Vyskytne se konfliktní osoba z řad veřejnosti, která může projekt narušovat. Tomuto problému můžeme předejít sepsáním smlouvy se sousedy domu, že s projektem souhlasí.

6.3 SWOT analýza projektu

Dagmar Jakubíková v knize Strategický marketing (s. 103) definuje cíl SWOT analýzy takto: *„Cílem SWOT analýzy je identifikovat to, do jaké míry jsou současné strategie firmy a její specifická silná a slabá místa relativní a schopná se vyrovnat se změnami, které nastávají v prostředí.“*

Předmětem analýzy nejsou pouze firmy, lze ji vytvořit na různé organizace, projekty, podnikatelské záměry, na různé sportovní či kulturní akce, apod.

SWOT je zkratka z anglických výrazů strengths, weaknesses, opportunities a threats, tzn. silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby.

Zásady při zpracování SWOT analýzy:

- vždy vypracovávat ve skupině, pro různá hlediska na problém
- přesně určit předmět analýzy
- zpracování výsledků analýzy, označit datem

(Doležal, Máchal, Lacko, 2009, s. 94)

Předmětem mé analýzy je realizovaný projekt „Dům kardinála Štěpána Trochty“. Díky analýze mohu zjistit, v čem je projekt prospěšný a v čem ne, co hrozí při jeho realizaci a co můžeme získat.

Silné stránky

- odhodlaní organizace a nasazení pro vytvoření projektu
- odlišnost od jiných projektů v obci (zaměřen na duchovní stránku obce)
- kardinál Štěpán Trochta má v obci jméno z dřívějších let a je silná osobnost
- rozšíření podrobnějších informací o kardinálu Štěpánu Trochtovi
- spolupráce se salesiánskou kongregací

Slabé stránky

- přestavba z obytného domu na dům pro veřejnost
- nákladná přestavba domu (přestavba do původní podoby, dobová kamna)
- chybějící finanční prostředky
- stáří domu a jeho stav
- projekt nevytváří profesionálové, ale dobrovolníci ve svém volném čase
- před začátkem projektu byla malá informovanost a nesoustředili jsme se na dobré jméno projektu

Příležitosti

- nová turistická atrakce v obci (přiláká více návštěvníků)
- vytvoření místa pro střetávání občanů a konání kulturních akci (např. výstava betlémů, velikonoční výstava, atd.)
- spolupráce se salesiány
- využití dotací a podpory ze strany MAS Hornolidečska
- získání dobrovolníků ze stran farníků a občanů obce

Hrozby

- nezískáme dostatek finančních prostředků
- nízký zájem dobrovolníků
- nízký zájem občanů o projekt
- dům bude potřebovat více úprav, než jsme předpokládali
- nastanou komplikace při stavbě
- konflikty ze stran veřejnosti

Tato SWOT analýza byla zpracována dne 3. dubna 2013, před realizací projektu.

7 FUNDRAISINGOVÝ PLÁN

Pro úspěšné dokončení projektu „Dům kardinála Štěpána Trochty“ je nutné naplánovat získávání finančních prostředků na jeho uskutečnění.

Rozpočet nákladů

Náklad	Částka (v Kč)
Střecha (bourání, stavba, okolní dřevěné konstrukce, atd.)	591 652,-
Sociální zařízení	442 466,-
Expozice	89 613,-
Místnosti (zednické práce, vybavení)	83 965,-
Okna a dveře	155 200,-
Podkroví	241 563,-
Rampa pro tělesně postižené	30 226,-
Kamna a topný systém	400 000,-
Ostatní práce (zednické práce, bourání, přesun a odvoz suti, atd.)	230 125,-
Celkem	**2 264 810,-**

Zdroj: vlastní tvorba

Tab. 2 Souhrnný rozpočet nákladů na projekt

Při zpracování finančního plánu chceme získat 2 264 810 Kč, tento obnos bychom chtěli získat v průběhu roku 2013, aby farnost mohla postupně financovat stavební práce.

Finanční prostředky jsou určeny na přestavbu domu, tzn. oprava střechy, oken a dveří, na novou fasádu a sociální zařízení, dále jsou tyto prostředky určeny na vybudování muzea kardinála Štěpána Trochty a vytvoření expozice. V domě budou také dobová kamna a z nich rozvod tepla po domě, v neposlední řadě bude k domu přistavena rampa pro tělesně postižené a také opraveno podkroví a vytvoření nové zahrady.

Při zpracování finančního plánu chci použít většinu metod, které jsem dříve popsala v teoretické části, tj. metody individuálního fundraisingu, veřejné správy a firemní fundraising, také budou využity zdroje z nadací. Okrajově zmíním také úvěr, který můžeme využít pro spolufinancování projektu.

7.1 Metody individuálního fundraisingu

7.1.1 Veřejná sbírka

Chceme získat finanční prostředky prostřednictvím vyhlášení veřejné sbírky a rozmístěním kasiček na různých místech.

Očekávání

Cílem bude získat alespoň 200 000 Kč, které budou z části využity na budování sociálního zařízení v muzeu Štěpána Trochty a na vybudování rampy pro tělesně postižené.

Konkrétní kroky

Hlavním krokem při použití této metody je vyhlášení veřejné sbírky (popsáno níže). Pro přispění do sbírky budou rozmístněny kasičky v kostele ve Francově Lhotě a budeme spolupracovat s kongregací salesiánů, kteří nám pomohou rozšířit povědomí o projektu a získat peníze od svých spoluobčanů.

Díky salesiánům můžeme kasičky rozmístit v několika významných městech v České republice. Jejich kongregace má celou řadu kostelů, středisek a klubů pro mládež (např. ve Zlíně, v Ostravě, v Brně, v Praze, aj.).

Postup při vyhlášení veřejné sbírky

Při vyhlašování veřejné sbírky se musíme řídit zákonem č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách.

Může ji vyhlásit obec, kraj nebo právnická osoba, fyzická osoba nikoliv.

Konání sbírky je nutné ohlásit příslušnému krajskému úřadu. Úřad musí obdržet všechny potřebné informace nejméně 30 dní před zahájením sbírky. Bez oznámení by mohla organizace dostat pokutu ve výši 500 000 Kč.

Sbírka musí být zahájena nejpozději do 120 dní od oznámení příslušnému úřadu, po uplynutí této doby již nelze sbírku konat, pod pokutou 300 000 Kč. Také musí úřadu písemně oznámit zahájení sbírky. Doba konání sbírky nesmí přesáhnout 3 roky.

Veřejná sbírka nám pomůže rozšířit povědomí o plánovaném projektu mezi lidmi.

(Současná právní úprava v ČR, 2005)

Výhody:

- rozšíření povědomí o projektu
- možnost získat více návštěvníků

Nevýhody:

- administrativní náročnost
- možnost nezískání cílové částky

7.1.2 Individuální dárcovství

Lidem budeme nabízet možnost zakoupit si některé části domu a tím také možnost podílet se na financování projektu. Například lidé zaplatí okno či dveře nebo si budou moci koupit střešní tašku nebo jakoukoliv jinou část domu. Bude záležet pouze na lidech, kolik peněz budou ochotni investovat.

Také budeme občany informovat o možnosti přispět finančním darem zaslaným na účet farnosti nebo předáním do rukou Mgr. Jana Surowczyka.

Požádáme okolní farnosti, zda by se také nepřipojily do financování projektu. Například tím, že uspořádají v kostele jednu mimořádnou sbírku na náš projekt.

Očekávání

Od této metody očekáváme úhradu všech oken a dveří, potřebných na domě v celkové výši 150 000 Kč. A částečnou úhradu střechy v přibližné výši 200 000 Kč.

Konkrétní kroky

Možnost této investice budeme nabízet na internetových stránkách Obce Francovy Lhoty a také na nástěnkách u kostela a u Obecního úřadu ve Francově Lhotě a také ve Zpravodaji Obce Francova Lhota. Obrátíme se na salesiány, zda by také nechtěli tímto způsobem přispět.

Při této metodě budeme oslovovat především rodáky obce, ale přispět může každý.

Každé osobě, která finančně přispěje tímto způsobem, bude předán certifikát, na kterém bude napsáno, jakého kusu domu je majitelem a za jakou částku.

Výhody:

- v případě velkého zájmu, možnost profinancovat i jiné části domu

Nevýhody:

- možnost nezájmu o příspěvek
- jednorázovost

7.1.3 Dobrovolníci

Tímto způsobem chceme získat občany na pomocné práce. Z předchozích projektů máme s touto metodou dobré zkušenosti. Lidé z obce jsou velmi ochotní a pracovití, proto očekáváme zájem i v tomto projektu. Touto cestou budeme občany také seznamovat s projektem a budeme vzbuzovat zájem nejen o dobrovolnictví, ale také o finanční příspěvky.

Očekávání

Chtěli bychom získat lidi na pomocné práce, které budou potřeba při realizaci projektu. Jako jsou například bourací práce, a také pomoc s úklidem kolem domu. Dobrovolníky bychom chtěli využít i na pomoc profesionálům např. zedníkům či tesařům, nebo profesionály z obce zlákat na dobrovolnicinou práci na domě, tedy bez finančního ohodnocení. Díky dobrovolníkům bychom mohli ušetřit přibližně 100 000 Kč.

Konkrétní kroky

Při zahájení prací na domě budeme svolávat brigády. Žádost o pomoc ze stran občanů obce bychom chtěli propagovat prostřednictvím Zpravodaje Obce Francova Lhota, který vychází čtvrtletně. Dále tyto informace budeme rozšiřovat místním rozhlasem a nástěnkami u kostela a u obecního úřadu. Také se chceme obrátit na kongregaci salesiánů, kteří by se mohli do této akce zapojit.

Výhody:

- úspora financí
- nové vztahy s lidmi

Nevýhody:

- nejsou to profesionálové
- potřeba zdrojů na organizaci práce dobrovolníků

7.1.4 Benefiční akce

Uspořádali bychom několik veřejných akcí, na kterou by mohl přijít kdokoliv a prostřednictvím koupi vstupenky či občerstvení nebo nápoje tak podpořit náš projekt.

Očekávaní

Chtěli bychom rozšířit povědomí o projektu a získat touto cestou přibližně 100 000 Kč, tím bychom mohli financovat další část střechy a ostatní práce, potřebné u domu.

Konkrétní kroky

Pro využití této metody chceme oslovit salesiánská střediska. Mohli by uspořádat například divadelní představení v salesiánském divadle v Praze, koncert dětí v některém ze středisek, v letních měsících sportovní turnaj (volejbal, fotbal, aj.). Salesiánská střediska se těmito benefičními akce zabývaly už v minulosti a měly úspěch.

Ve Francově Lhotě bychom chtěli uspořádat koncert Schóly nebo sportovní turnaj.

Tyto akce chceme pořádat během roku, především v letních měsících pro větší účast.

Salesiáni budou propagovat tyto akce prostřednictvím Salesiánského magazínu a na svých internetových stránkách.

Ve Francově Lhotě budeme občany informovat na nástěnkách po obci, rozhlasem a na internetových stránkách.

Výhody:

- získání nových dárců
- šíření povědomí o projektu a o osobnosti Štěpána Trochty

Nevýhody:

- náročná příprava (občerstvení, program,…)
- finanční náročnost

7.1.5 Členské příspěvky

Členskými příspěvky mám na mysli příspěvky, které by poskytlo místní zemědělské družstvo prostřednictvím příspěvků od svých členů. Ti by věnovali část svého členského příspěvku na náš projekt.

Očekávání

Díky této metodě bychom mohli získat dalších 300 000 Kč, ze které bychom zainventovali další část střechy a opravu podkroví.

Konkrétní kroky

Počáteční komunikace s předsedou družstva již proběhla. Dohodli jsme se, že členy družstva informuje o možnosti přispět na projekt, prostřednictvím části členského příspěvku, při konání členských schůzí. V případě zájmu ze stran členů bude účetní v družstvu tyto přísliby shromažďovat a poté je předseda družstva předá jako dar farnosti.

Výhody:

- vtažení místních občanů a firmy do projektu
- organizaci zajišťuje družstvo

Nevýhody:

- není jistá darovaná částka od členů družstva
- sběr bude trvat až do konce roku, tudíž částku nebudeme znát

7.1.6 Vlastní zdroje

Farnost má vyčleněny finanční prostředky, které může zainventovat do projektu.

Očekávání

Tyto zdroje jsou určeny na tento projekt, proto očekáváme, že budou v plném rozsahu využity. Částka ve výši 50 000 Kč bude využita na ostatní práce potřebné kolem domu, jako např. nová malba, odstranění suti či přivezení materiálu na stavbu, atd.

Konkrétní kroky

Ty se skládají z dříve uskutečněných každonedělních sbírek v kostele a s darů farnosti.

Výhody:

- jisté finanční prostředky
- peníze jsou k dispozici okamžitě

Nevýhody:

- kvůli inflaci mohou ztratit svou hodnotu

7.2 Nadace

Jedním z nejdůležitějších zdrojů finančních prostředků považujeme granty z nadací. V únoru 2013 jsme zažádali o grant z Nadace OKD z programu „Pro budoucnost“ ve výši 400 000 Kč. Dále chceme spolupracovat s Nadací Partnerství, s programem „Pro budoucnost“, s Nadací VIA, se kterou jsme již v minulosti spolupracovali a úspěšně,

pomocí programu Rozvoj NNO a s Nadací Synot. Do Nadace Partnerství, VIA a Synot budeme však podávat žádosti až v budoucnu, při přestavbě zahrady.

Nadaci OKD jsme požádali o příspěvek, protože je to jedna z nejvýznamnějších nadací v České republice a zároveň je zaměřena nejen na podporu potřebných a zlepšování sociální péče, ale také na podporu volnočasových aktivit a kulturního vyžití.

Očekávání

Z peněz získaných z nadace budeme financovat sociální zařízení a úpravy místností v domě. Očekáváme, že naše žádosti vyřídí kladně a budeme moci úspěšně dům přebudovat.

Konkrétní kroky

Nejdříve ze všeho jsme museli vybrat vhodnou nadaci a vhodný program, do kterého by zapadal náš projekt. Pro získání finančních prostředků z nadací musíme zaslat vyplněnou žádost podle pravidel nadace.

V žádosti o příspěvek z Nadace OKD je potřebné vyplnit všechny informace o projektu, na který peníze žádáme, tj. základní údaje o žadateli, popis projektu, cílové skupiny, časový plán aktivit, požadovanou částku, atd.

Je velice důležité, aby žádost byla úplná se všemi požadovanými informacemi a zaslaná v požadovaném termínu. Může se stát, že žádost odmítnou.

Výhody:

- záruka získání peněz, v případě že budeme vybráni
- vysoké částky

Nevýhody:

- delší doba vyřizování
- nemusí být úspěšná

7.3 Veřejná správa

Občanské sdružení MAS Hornolidečska je zřízeno za účelem získat podporu z operačního programu „Rozvoj venkova“. Sdružení jsme požádali o dotaci na náš projekt.

MAS Hornolidečska jsme vybrali z důvodu předchozí zkušenosti, kdy byly v obci vybudovány i jiné projekty, prostřednictvím programu „Leader“.

Očekávání

V žádosti jsme uvedli částku 497 000 Kč na dokončení expozice v muzeu, oprava fasády na domě a dalších potřebných prací. Pro obdržení dotace z MAS Hornolidečska je však nutné doložit 10 % z žádané částky ze svých zdrojů.

Konkrétní kroky

V únoru jsme zaslali žádost o dotaci z MAS Hornolidečska a nyní čekáme, zda naší žádost schválí. Kontrolují správnost obsahu, zda jsou uvedeny všechny potřebné informace. V případě, že najdou nesrovnalosti nebo nebudou poskytnuty potřebné údaje, mohou žádat o doplnění nebo žádost úplně zamítnout.

Po podpisu smlouvy o získání dotace musíme uspořádat výběrové řízení na firmu, která bude úpravy realizovat. Také musíme připravit předfinancování projektu, jelikož peníze dostaneme až po nějakém čase. Pro překlenutí dotace máme zajištěnou půjčku od církve. Tu získáme z Olomoucké arcidiecéze a Vsetínského děkanátu.

Výhody:

- jistá částka

Nevýhody:

- delší dobu musíme projekt předfinancovat
- nutnost doložit 10 % z vlastních zdrojů

7.4 Firemní fundraising

7.4.1 Firemní dárcovství

Firmy v okolí mohou darovat nějakou finanční částku na podporu projektu.

Tím, že se firmy rozhodnout věnovat na projekt své finanční prostředky, mohou získat nejen místo u stavby na svou reklamu, ale také budou mít dobrý pocit z toho, že se podílí na zlepšení místního kulturního vyžití a podporují rozvoj v obci.

Očekávání

Na projekt chceme získat 200 000 Kč, kterými budou financovány stavební práce na domě.

Konkrétní kroky

Budeme oslovovat firmy v okolí, zda by nechtěly finančně podpořit projekt, a tím se zúčastnit rekonstrukce domu. Nabídneme jim možnost mít reklamu u domu při jeho stavbě. Oslovovat nebudeme pouze stavební firmy, ale také zednické firmy, instalatérské firmy. Jako další bude kontaktovat firmu Prodex s. r. o. a Carnex s.r.o. z Francovy Lhoty a firmy z okolí např. Janošík okna-dveře s. r. o., Kovar s. r. o., atd.

Výhody:

- zapojení firem z obce do projektu

Nevýhody:

- ekonomická situace v zemi

7.4.2 Darování služeb nebo výrobků

Oslovíme firmy v okolí a požádáme je, zda by projekt nechtěli podpořit darováním svých výrobků nebo služeb své činnosti.

Očekávání:

Od této metody očekáváme získání potřebného materiálu na přestavbu domu, jako např. písek, štěrk, cement, dřevo, barva, atd. v hodnotě 150 000 Kč.

Konkrétní kroky

Budeme oslovovat firmy v okolí, které by mohly darovat své výrobky nebo služby. Například oslovíme Stolařství Miroslava Mikésky, který by mohl darovat dřevo na stavbu střechy, Stavebnictví Jana Trochty, který daruje písek, cement a další stavební materiály, instalatérskou firmu pro dodání sociálního zařízení do domu nebo také truhlářství pro dodání vitrín pro expozici. Dále oslovíme firmu Carnex s. r. o., která může poskytnout občerstvení pro dobrovolníky a profesionální stavbaře. Při úpravě zahrady můžeme oslovit místní květinářství, pro poskytnutí rad či zeleně.

I okolní obce přispějí na projekt. Obec Francova Lhota a Obec Valašská Senice dodají dřevo na stavbu střechy, Obec Horní Lideč dodá kamenivo a jiný stavební materiál.

Také bychom chtěli zajistit mediálního sponzora pro náš projekt. V tomto ohledu bychom se chtěli obrátit na Valašský deník nebo Jalovec, které budou měsíčně informovat o pokrocích provedených na domě a o možnosti darovat na projekt nějaké peníze. Jsou to deníky, které se soustřeďují především na dění na Valašsku.

Výhody:

- získání nových kontaktů
- mediální povědomí nejen v Obci Francova Lhota, ale také v okolí Vsetínska

Nevýhody:

- špatná situace ve stavebnictví

7.5 Úvěr

Banky poskytují bezplatně poradenské služby o možnosti získání finančních prostředků z fondů Evropské unie a také mají zřízeny programy pro předfinancování projektů financovaných z EU nebo nabízejí spolufinancování projektů.

Konkrétní kroky:

O úvěr pro neziskovou organizaci můžeme požádat např. v bance ČSOB. Ovšem je důležité pořádně prozkoumat trh s nabídkami úvěrů a vybrat si tu nejvhodnější pro realizovaný projekt.

Výhody:

- jednoduché čerpání úvěru

Nevýhody:

- musí se platit úroky a různé poplatky

7.6 Rozpočet plánovaných příjmů

V níže uvedené tabulce je hrubý odhad příjmů, které bychom mohli získat při plnění mého fundraisingového plánu. Částky jsou zaokrouhleny a jsou to pouhé předpoklady.

Metoda	Získaná částka (v Kč)
Veřejná sbírka	200 000,-
Individuální dárcovství - prodej kusů domu	150 000,-
- finanční dar	200 000,-
Benefiční akce - divadlo	50 000,-
- koncert (Schóla, salesiáni)	30 000,-
- sportovní turnaj	20 000,-

Členské příspěvky	300 000,-
Dobrovolnictví	100 000,-
Vlastní zdroje	50 000,-
Nadace OKD	400 000,-
Veřejná správa	497 000,-
Firemní dárcovství - finanční dary	200 000,-
- dar služeb, výrobků	150 000,-
Celkem	**2 347 000,-**

Zdroj: vlastní tvorba

Tab. 3 Plánovaný rozpočet získaných finančních prostředků

7.7 Doporučení pro projektový tým

Ze všeho nejdříve bych doporučila kontakt se salesiánskou kongregací, která bude hrát velkou roli při veřejné sbírce a benefičních akcích, protože s těmito metodami mají zkušenosti. Mělo by se s nimi promluvit o tom, zda by byli ochotni uspořádat divadelní představení v pražském divadle nebo koncert svého sboru ve střediscích na podporu našeho projektu. Když budou souhlasit, mohou přispět i svými nápady ohledně benefičních akcí na projekt. Ve Francově Lhotě bychom mohli uspořádat koncert Schóly například v kostele, nebo v kulturním domě. Z tohoto důvodu budeme v kontaktu se členy Schóly a zjistíme, zda jsou k tomuto nápadu přikloněni a na koncert by se připravili. V tom případě by bylo nutné určit osobu, která by přípravu koncertu zajistila z organizační stránky.

V případě souhlasu salesiánské kongregace se spoluprácí s naším projektem, bychom měli na Krajském úřadu ve Zlíně zajistit povolení na vyhlášení veřejné sbírky a pořídit kasičky na peníze a rozmístit je na předem určená místa.

Dále je nutné informovat salesiány a obyvatelé obcí Francova Lhota a Valašská Senice, že na projekt mohou přispět individuálně, tedy že si mohou koupit část domu, nebo jen přispět finančně. Tyto informace musíme také předat v obci Francova Lhota a Valašská Senice, nejen informačními letáky vyvěšenými u kostela ve Francově Lhotě, ale také na nástěnkách po obou obcích a na internetových stránkách. V případě, že se lidé rozhodnou takto přispět měli bychom mít vytvořený upomínkový certifikát o poskytnutém daru, který se lidem bude předávat za finanční dar.

Všechny informace, které se budou týkat projektu, by měli být v každém vydání Zpravodaje Obce Francova Lhota, který vychází čtvrtletně. Ve zpravodaji budou také oznámeny všechny brigády, které se budou konat při opravě domu. Musí být určena osoba, která zajistí dostatek lidí a občerstvení. Konání všech brigád také musí být ohlášeno místním rozhlasem bezprostředně před zahájením brigády. Mohli bychom osobně kontaktovat některé místní firmy, zda by se také nechtěly dobrovolně účastnit na rekonstrukci. Osoba zajišťující brigádníky by měla mít seznam s jejich jmény a nejaktivnějšího dobrovolníka nefinančně odměnit.

Další krok, který je nutný učinit při získávání finančních prostředků je kontakt s okolními kostely a domluvit se s nimi, zda by neuspořádaly mimořádnou sbírku např. v neděli, ze které by celkový výtěžek darovaly Farnosti Francova Lhota.

Důležitý je také pravidelný kontakt s předsedou družstva, který nás bude informovat o výši darů z členských příspěvků, které lidé zatím uvolnili.

Dále je nutné připravit předfinancování dotace z MAS Hornolidečska a zajistit doplatek 10 % z požadované částky, abychom dotaci získali. Také musíme vyhlásit výběrové řízení na firmu, která bude zajišťovat opravy domu.

Další důležité kontakty, které musíme navázat, jsou v místních firmách a okolních významných firmách. Jako např. Prodex s. r. o., Carnex s. r. o., Janošík okna-dveře s. r. o. nebo Kovar s. r. o. Tyto firmy bychom mohli nejdříve kontaktovat oznamujícím dopisem, který je bude informovat, o čem projekt je a že se uskutečňuje a bude obsahovat kontaktní údaje na nás v případě zájmu o dar. Dopis bychom měli navrhnout pro všechny stejný a kolektivně navrhnout logo, pod kterým budeme projekt prezentovat nejen v dopisech, ale také na plakátech a certifikátech.

Nezbytným krokem také bude zajištění mediálního partnera. Kontaktovat bychom měli např. Valašský deník nebo Jalovec, které zasáhnout hlavně Vsetínsko, ale také můžeme oslovit i Zlínský deník nebo také některé z rádií, které hrají na Valašsku. Tento partner nám zajistí mediální povědomí a rozšíří jej po širokém okolí.

V případě, že naše metody na získání finančních prostředků nebudou dostatečně účinné, měli bychom zvážit možnost vzít si úvěr. Pro neziskovou organizaci není jednoduché najít banku, která by tyto úvěry poskytovala, ale existují. Musíme určit osobu, která prozkoumá trh a nalezne vhodnou firmu, která by nám úvěr poskytla.

Také by bylo dobré zřídit speciální internetovou stránku pouze pro muzeum kardinála Štěpána Trochty, na které budou všechny informace zveřejněny, nejen informace o projektu, ale také o postupu prací, o termínech, schůzkách, brigádách, tedy o všech aktualitách, které se na domě uskuteční. Také by tam mohli být uveřejněny možnosti, jak mohou lidé přispět a na jaké konto.

Všechny možnosti, jak získat peníze by měli být projednány na schůzích a případně navrhnuty další možné metody.

ZÁVĚR

Cílem mé bakalářské práce bylo seznámit se s procesem fundraisingového plánu a vyhledat vhodné zdroje financování pro projekt „Dům kardinála Štěpána Trochty“ realizovaný ŘKF Francova Lhota.

V teoretické části jsem se snažila zachytit všechny důležité definice, které pomohou objasnit pojem fundraising. Považovala jsem za důležité zmínit formy fundraisingu a jakými metodami se zabývají, jelikož tyto metody jsou používány v praktické části. Dále jsem popisovala zásady, kterými se lidé řídí při řízení fundraisingu a díky dodržování těchto zásad získávají své dárce. V práci jsem také naznačila, které organizace se fundraisingem zabývají a proč jej využívají. Jedna kapitola je věnována fundraisingovému plánu, ve které je stručně sepsáno, co všechno má obsahovat a jak jej sestavit. V neposlední řadě jsem také popsala tvorbu projektu, protože se v práci okrajově zmiňuji o projektu, který farnost uskutečňuje a na který je fundraisingový plán sestavován. Při sestavování fundraisingového plánu je také důležitá osoba fundraisera. V práci jsem použila metodu logického rámce a metodu stanovení cílů SMART, které jsem také popsala teoreticky.

V praktické části popisuji projekt, pro který zpracovávám fundraisingový plán. Nejdůležitější osobou celého projektu je kardinál Štěpán Trochta, na jehož počest se má dům opravit a vytvořit z něj muzeum o něm. Tento projekt realizuje Farnost Francova Lhota, proto jsem část věnovala i tomuto tématu. V minulosti se farnost již zabývala realizací různých nákladných rekonstrukcí, při nichž intuitivně používala fundraising a získávala podporu od různých dárců. Na realizaci se podílí i jiní lidé, které jsem zahrnula do projektového týmu. Nejdůležitější část celé práce jsem věnovala použitým metodám, které jsou vhodné pro získání peněz pro náš projekt. Zvolila jsem několik ze zmíněných metod v teoretické části, tedy veřejnou sbírku, nadace, dotace, finanční dary, jak individuální tak firemní a také dary věcné, které budou využity při stavbě, a jiné další metody. Každou metodu jsem stručně popsala a vysvětlila, jaké máme od metody očekávání, tedy kolik peněz pro projekt by měla přinést. Také jsem popsala konkrétní kroky, které budou uskutečněny při použití metody. Jako zajímavost jsem ke každé z vybraných metod napsala i výhody a nevýhody, které pro projekt mají. Nezapomněla jsem také zpracovat SWOT analýzu, které objasňuje slabé stránky, silné stránky, ale i příležitosti a hrozby, které projekt vytváří.

V konečné části jsou dvě tabulky, které znázorňují jisté náklady, které projekt bude mít a předpokládané příjmy, které chceme získat zmíněnými metodami. Většina těchto údajů jsou zaokrouhlené.

Z mé práce je patrné, které metody může projektový tým použít při získávání finančních prostředků pro projekt, které jsou vhodné a výhodné, které méně a kolik peněz z nich může organizace získat. Všechna doporučení a rady, které jsem navrhla, jsou zmíněny v kapitole doporučení pro projektový tým. V nichž jsou zahrnuty všechny potřebné instrukce k použití metod a k rozšíření povědomí o projektu a k vytvoření dobrého jména projektu.

Díky této práci jsem se seznámila nejen s teoretickými poznatky o tvorbě fundraisingového plánu, vedením a plánováním projektu, ale také jsem tyto poznatky mohla použít v praxi.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. BURDA, Jan, 2007. *Fundraising pro úplné začátečníky* [online], 9 s. [cit. 2013-04-02]. Dostupné z: http://www.icmck.cz/DOC/fundraising_pro_zacatecniky.pdf
2. DOLEŽAL, Jan, Pavel MÁCHAL a Branislav LACKO, 2012. *Projektový management podle IPMA.* Aktualiz. a doplněné vyd. 2. Praha: Grada. 528 s. ISBN 978-80-247-4275-5
3. DOLEŽAL, Jan, Pavel MÁCHAL a Branislav LACKO, 2009. *Projektový management podle IPMA*. Vyd. 1. Praha: Grada. 507 s. ISBN 978-80-247-2848-3.
4. *Francova Lhota: oficiální stránky obce,* 2013, [online]. [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: http://www.francovalhota.cz/
5. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2008. *Strategický marketing: strategie a trendy*. Vyd. 1. Praha: Grada, 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
6. KROUPA, Jan, 2006. *Fundraising - základy, individuální dárci, firmy* [online]. 31 s. [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: www.agnes.cz/res/data/003/000425.doc
7. MACHÁLEK, Petr, M. ŠTEFANEC a S. SABÓOVÁ, 2012, *Fundraising* [online]. 29 s. [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: http://www.hnutiduha.cz/sites/default/files/publikace/2013/soi/003_fundraising.pdf
8. NOVOSAD, Jaroslav, 2001. *Štěpán Trochta: Svědek „T“*. Vyd. 1. Praha: Portál. 240 s. ISBN: 80-7178-591-1
9. POLAČKOVÁ, Zuzana, 2005. *Fundraisingové aktivity: jak získat finanční prostředky od místní komunity*. Vyd. 1. Praha: Portál. 119 s. ISBN: 80-717-8694-2
10. PROVAZNÍKOVÁ, Romana a Olga SEDLÁČKOVÁ, 2009. *Financování měst, obcí a regionů: teorite a praxe.* Aktualiz. a rozš. vyd. 2. Praha: Grada. 304 s. ISBN: 978-80-247-2789-9
11. *Strukturální fondy,* 2013, [online]. [cit. 2013-04-09]. Dostupné z: http://www.strukturalni-fondy.cz

12. SVOZILOVÁ, Alena, 2011. *Projektový management*. Aktualiz. a dopl. vyd. 2. Praha: Grada. 380 s. ISBN 978-80-247-3611-2.
13. Současná právní úprava v ČR, 2005. *Veřejné sbírky* [online]. [cit. 2013-04-03]. Dostupné z: http://www.verejnesbirky.cz/index.php?cmd=page&id=46
14. ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ, 2012. *Public relations, fundraising a lobbing: pro neziskové organizace*. Vyd. 1. Praha: Grada. 138 s. ISBN: 978-80-247-4040-9
15. ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ, 2009. *Úspěšná nezisková organizace*. Vyd. 1. Praha: Grada. 154 s. ISBN 978-80-247-2707-3.
16. Technický fundraising, 2010-2013. *Technicky fundraisingu* [online]. [cit. 2013-04-02]. Dostupné z: http://www.vbcczech.cz/techniky-fundraisingu.htm
17. ZÍKA, Martin, 2013. *Fundraising pro malé organizace*. [online]. 20 s. [cit. 2013-04-08]. Dostupné z: http://www.vylep.info/sponzoring/download/f_scripta.pdf
18. ŽENÍŠEK, Karel, 2007. *Fundraisingový plán* [online]. Č. 2 [cit. 2013-04-08]. Dostupné z: http://www.neziskovky.cz/clanek/946/0/hledej/022007-fundraisingovy-plan/

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ŘKF	Římskokatolická farnost
MAS	Místní akční skupina
ČSOP	Český svaz ochránců přírody
NNO	Nestatní nezisková organizace

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Dárcovská pyramida 12
Obr. 2 Podoba zrekonstruovaného domu 35

SEZNAM TABULEK

Tab. 1 Matice logického rámce 27
Tab. 2 Souhrnný rozpočet nákladů na projekt 40
Tab. 3 Plánovaný rozpočet získaných finančních prostředků 50