

Obsah

O hlavním autorovi	9
Úvod, cíle, metodologie	11
Úvod	11
Cíle	12
Metodologie	13
1. Podstata fundraisingu	15
1.1 Teoretická východiska	15
1.2 Když se pojem fundraising ještě nepoužíval	25
1.3 Zrod fundraisingu v USA	32
1.4 Definice fundraisingu	34
1.5 Fundraiser	37
1.5.1 Motivace k práci v neziskovém sektoru	40
1.5.2 Motivace pracovat ve prospěch druhých	42
1.5.3 Motivace fundraiserů v neziskovém sektoru	46
2. Zásady fundraisingu	47
2.1 Zásada komplexnosti	47
2.2 Zásada začlenění	47
2.2.1 Fundraising pro přežití	48
2.2.2 Fundraising k rozšíření a rozvoji NNO (nové projekty)	49
2.2.3 Fundraising k omezení závislosti NNO na podporovatelích (více variant zdrojů)	50
2.2.4 Fundraising k budování podpory (stabilní okruh podporovatelů) ..	50
2.2.5 Fundraising k vytvoření udržitelné NNO	51
2.3 Zásada aktivity	52
2.4 Zásada strategičnosti	52
2.5 Zásada vzdělávání okolí	58
2.6 Zásada pravdivosti	58
2.7 Zásada optimismu	63
2.8 Zásada poděkování	64
2.9 Zásada výsledku	65
3. Fundraising on-line	67
3.1 Použitelnost www stránek	68
3.2 Měření návštěvnosti www stránek	71
4. Individuální dárci	77
4.1 Význam individuálního dárcovství ve fundrasingu NNO	77

4.2	Budování vztahu s dárci	78
4.3	Principy otevřenosti, transparentnosti a efektivity	79
4.4	Definice daru	80
4.5	Formy individuálního dárcovství	81
4.6	Dary a daně	83
4.7	Dárcovství versus sponzoring	83
4.8	Strategie individuálního dárcovství	84
4.8.1	Oslovování nových dárců	84
4.8.2	Motivace a udržení pravidelných dárců	85
4.8.3	Dělení individuálních dárců	86
4.8.4	Metody oslovování individuálních dárců	87
4.9	Adresné formy individuálního dárcovství	88
4.9.1	Závěť jako zvláštní forma individuálního dárcovství	88
4.9.2	Mecenášství	90
4.10	Neadresné formy individuálního dárcovství	92
4.10.1	Veřejné sbírky	92
4.10.2	Charitativní akce (benefiční akce)	98
4.10.3	Dražba	100
4.10.4	Tombola	102
4.10.5	Prodej předmětů	103
4.10.6	Speciální formy dárcovských kampaní	104
4.10.7	Vyhodnocování strategií individuálního dárcovství	108
5.	Spolupráce s podniky	109
5.1	Význam podniků pro fundraising NNO	109
5.2	Strategie CSR a její význam pro fundraising NNO	111
5.3	Náročnost spolupráce NNO s podniky	113
5.4	Zásady úspěšného firemního fundraisingu	114
5.5	Dělení podnikových dárců	116
5.5.1	Podniky nabízející peněžní podporu	116
5.5.2	Podniky nabízející služby	117
5.5.3	Podniky nabízející věcnou podporu	119
5.5.4	Podniky nabízející podporu při PR nestátní neziskové organizace	119
5.6	Strategie firemního fundraisingu	120
5.7	Sponzoring	121
5.7.1	Viditelná reklama v médiích	121
5.7.2	Reklama viditelná na místě svého uvedení	122
5.7.3	Osobní kontakty	122
5.7.4	Postup při jednání s podnikem – potenciálním sponzorem	123
6.	Nadace	129
6.1	Stručná historie nadací	129
6.2	Obnova českých nadací	132
6.2.1	Nadační investiční fond	132
6.2.2	Vymezení českých nadací na základě zákona 227/1997 Sb.	134

6.3	Co nadace podporují?	135
6.4	Fundraisingové rozhodnutí NNO – výběr vhodné nadace	139
6.5	Nadační fundraising – přímé oslovení nadace	141
6.5.1	Struktura záměru	142
6.5.2	Charakter nadační podpory	143
6.6	Ukázka metodického postupu nadačního fundraisingu	145
7.	Samofinancování, vlastní hospodářské aktivity NNO	151
7.1	Prodej vlastních výrobků a služeb	151
7.2	Příjmy z vybíraných členských příspěvků	152
7.3	Další možné příjmy	152
7.4	Ukázka metodického postupu samofinancování NNO	155
8.	Sociální podnikání	161
8.1	Charakteristika sociální firmy	161
8.2	Standardy sociální firmy	162
8.3	Podnikatelský plán jako fundraisingový nástroj sociální firmy	164
8.4	Úvěr jako fundraisingová možnost	172
8.5	Příklady sociálních firem	174
9.	Domácí veřejné rozpočty, fondy EU jako cíl fundraisingu	177
9.1	Domácí veřejné rozpočty	177
9.2	Fondy EU jako zdroj financování NNO	179
9.2.1	Česká republika – programové období 2004–2006	180
9.2.2	Česká republika – programové období 2007–2013	181
9.2.3	Česká republika – programové období 2014–2020	182
9.3	Žádost o dotace z fondů EU	182
9.3.1	Dotační proces v ESF	183
9.3.2	Obsah grantové žádosti	184
9.3.3	Předkládání žádosti o dotační podporu	187
9.3.4	Průběžná kontrola vybraných projektů	188
9.4	Finanční mechanismus Evropského hospodářského prostoru (EHP) a Norska	189
9.5	Program švýcarsko-české spolupráce	193
9.6	Desatero přípravy grantových žádostí	194
10.	Fundraising v zahraničí	199
10.1	Fundraising v USA	199
10.2	Fundraising ve Velké Británii	201
10.3	Fundraising v Německu	203
10.4	Fundraising v Rakousku	207
10.5	Fundraising ve Švédsku	212
10.6	Fundraising v Itálii a Španělsku	213
10.7	Fundraising ve Francii	215
10.8	Fundraising v jiných společensko-kulturních regionech	217

Závěr	221
Summary	225
Literatura	229
Přílohy	235
Příloha 1 – Vzor darovací smlouvy	235
Příloha 2 – Ukázka aukčního řádu	237
Příloha 3 – Ukázka sponzorské smlouvy	240
Příloha 4 – Ukázka podkladů potřebných pro žádost nadaci	244
Příloha 5 – Ukázka žádosti sociální firmy o zdroje	249
Příloha 6 – Formulář žádosti o úvěr u Charity Bank	253
Přehled tabulek a obrázků	258
Rejstřík	259