

SVĚT INFORMACE PRO VÁS VI. ROČNÍK INFORMACE O VÁS NEZISKOVKY 04 DUBEN 2014

STÁHNĚTE SI ČASOPIS NA WWW.NEZISKOVKY.CZ / ODEBÍREJTE EMAILEM / INFORMUJTE O SOBĚ

Když toho máš hodně, nalož si pak ještě víc! Nebojíš se vlka nic!

EDITORIAL

Věříte tomu? Nebo si říkáte, že jsem se úplně zbláznil?! Ne tak docela... Naložili jsme si úkolů v souvislosti s přípravou tištěného čísla Světa Neziskovek, které dostanete na NGO Marketu. Výsledek? Nyní připravujeme dvě čísla najednou! Proto jsme v tomto čísle snížili počet pravidelných příspěvků.



Na následujících stránkách tedy nenajdete fejeton ani kvíz. Co dále nepřinášíme? Návodů na to, jak zaručeně žít zdravě, komentáře ke světovým krizím a soupisku „šmakulád“ z Pekla na talíři. Ale pozor! Opět přinášíme informace z českého prostředí neziskovek. V rozhovoru s Alešem Burgerem, jednatelem portálu Hithit, se věnujeme crowdfundingu. Nabízíme reportáž ze křtu knihy Emoční marketing a právník Petr Vít informuje o obecné úpravě právnických osob v novém občanském zákoníku. Závěrem ještě jedna novinka. Měníme ředitele Neziskovek.cz. Toto je můj poslední editorial. Vracím se k intenzivnější konzultační práci s vámi a vašimi organizacemi. Těším se na to!

Jiří Kučera

TÉMA: JAK SE DAŘÍ CROWD FUNDINGU?

CO JE TO? JAK FUNGUJE? JE VHODNÝ I PRO NEZISKOVKY?

Ve světě funguje crowdfunding, tedy způsob hromadného financování projektů formou veřejné sbírky, velmi úspěšně. Jak se crowdfundingu daří v Česku a zda je takový způsob získávání prostředků na financování projektů vhodný i pro neziskovky je nejen tématem tohoto čísla, ale v rozhovoru mnohé prozradí i Aleš Burger, lovec projektů a jednatel tuzemského crowdfundingového portálu Hithit. **str. 5**

HLEDAJÍ SE NEJLEPŠÍ ČESKÉ A SLOVENSKÉ MOBILNÍ APLIKACE PRO LEPŠÍ SVĚT

Do soutěže Mobilní aplikace roku 2014 můžete přihlásit oblíbené aplikace v celkem osmi kategoriích, mezi které patří i Aplikace pro lepší svět – aplikace, prostřednictvím kterých chcete pomoci neziskovému sektoru nebo znevýhodněným skupinám lidí, či přispět k řešení společenského problému a podpoře občanské společnosti. Výsledek tradiční ankety můžete ovlivnit i vy – stačí své oblíbené aplikace nominovat a pak jim dát svůj hlas. V loňském ročníku se celkovým vítězem ankety stala aplikace česko-slovenské filmové databáze ČSFD.cz. V kategorii Aplikace pro lepší svět zvítězila aplikace Kde se (ne)kouří. Od 22. dubna do 19. května budou uživatelé hlasovat o vítězích jednotlivých kategorií a zvolí také nejlepší mobilní aplikaci roku. Vítězné aplikace budou vyhlášeny 18. června.

L. Hasmanová

Nový občanský zákoník zavádí korporace, fundace i ústavy

Se změnami v oblasti právní úpravy právnických osob, které přináší nový občanský zákoník platný od 1. 1. 2014, se můžete seznámit na str. 12. V rubrice Právní rádce vás jimi provede právník, konzultant a lektor Neziskovek.cz Petr Vít. **str. 12**



Z OBSAHU

Jak na emoce v marketingu?

Na knižní trh přichází ojedinělá publikace Emoce v marketingu autorky doc. Jitky Vysekalové. Kniha, která radí, jak oslovit srdce zákazníka, je určena všem lidem z praxe a studentům, kteří se zabývají marketingem a zvláště marketingovou komunikací.



Jak probíhal křest knihy v Klubu Lávka a další informace o publikaci samotné najdete na **str. 10**



Stejná šance již po šesté

Šestý ročník soutěže Stejná šance – Zaměstnavatel roku 2014 odstartoval již 10. března. Jedná se o prestižní soutěž zaměstnavatelů, kteří lidem se znevýhodněním dávají na otevřeném pracovním trhu stejnou šanci jako ostatním a tím aktivně přispívají k jejich začleňování do společnosti. Soutěž vyhlašují neziskové organizace Agentura Osmý den, o. p. s., Česká abilympijská asociace, o. s., Ledovec, o. s., Rytmus – Od klienta k občanovi, o. p. s., Rytmus Benešov, o. p. s. a Rytmus Liberec, o. p. s. „Soutěží chceme nejen ocenit firmy, ale také upozornit na fakt, že zaměstnat člověka se znevýhodněním je něco samozřejmého, co může udělat každá firma,“ říká Pavla Baxová, ředitelka obecně prospěšné společnosti Rytmus – Od klienta k občanovi. Základní podmínkou nominace do soutěže je zaměstnávání znevýhodněných osob mimo chráněné prostředí na otevřeném trhu práce. Sběr nominací začíná 10. března a potrvá do 30. dubna 2014. Nominovat zaměstnavatele v šestém ročníku soutěže může široká veřejnost vyplněním online nominačního listu. Nominace budou vyhodnocovány odbornou komisí. Slavnostní vyhlášení vítězů letos proběhne ve dvou kolech, na konci května budou nejprve oceněni zaměstnavatelé v jednotlivých krajích, republikové vyhlášení se uskuteční v polovině června 2014 v Praze. Více informací najdete na webových stránkách www.rytmus.org/stejnasance.

Zdroj: **Rytmus, o. s.**

S maltézskými rytíři do Lurd

České velkopřevorství Suverénního řádu maltézských rytířů pořádá další ročník tradiční řádové pouti k Panně Marii Lurdské.



Foto: Lurdy 2013, České velkopřevorství Suverénního rytířského řádu sv. Jana Jerusalemského z Rhodu a Malty

Prozatím se předpokládá účast více než sto osmdesáti poutníků, z toho třiceti těžce nemocných, zejména vozíčkářů. Výpravu bude doprovázet padesát členů ošetřovatelského týmu z řad řádových rytířů a dam, příznivců a dalších dobrovolníků. Zvláštní letadlo s poutníky odletí z Prahy 1. května 2014. Bližší informace o pouti včetně přihlášky jsou na webových stránkách .

Zdroj: www.lurdy.eu

Na cenu **SozialMarie 2014** bylo nominováno pět projektů z ČR

Vídeňská soukromá nadace Unruhe (Neklid) hledá každoročně projekty, které inovativním způsobem reagují na společenské změny, a oceňuje je celkovou částkou 42 000 €. Ze všech nominovaných projektů vybírá mezinárodní odborná porota patnáct nejlepších. Vítěz obdrží cenu ve výši 15 000 €, druhá cena je ohodnocena částkou 10 000 € a třetí nejlepší projekt dostává 5 000 €. Dalších dvanáct vybraných projektů je oceněno částkou 1 000 €.

V letošním roce bylo nominováno celkem 35 z 261 přihlášených projektů a je mezi nimi i pětice zástupců z České republiky: In Justice, Mental Power Prague Film Festival, Patron, Papuče patří domů a projekt 3 minuty stačí a změníš jejich život. Vítěz i držitelé všech dalších ocenění budou vyhlášeni na slavnostním

udílení cen 1. května 2014 v prostorách ORF Radio-Kulturhaus ve Vídni. Záštitu SozialMarie 2014 přebírá za Českou republiku ekonom Tomáš Sedláček, za Rakousko manželský pár Sima a Ahmad Porkar a za Maďarsko Edit Sasvári, ředitelka Muzea Lajose Kassáka. Zvláštní úkol záštity spočívá v podpoře jednoho zvoleného projektu v následujícím roce. Více se o ceně SozialMarie můžete dozvědět na veletrhu neziskových organizací NGO Market, který se koná 25. dubna v Národní technické knihovně v Praze.

Zdroj: **SozialMarie**

Jak zvýšit efektivitu veřejných zakázek?

Odpovědné zadávání je jednou z cest, jak zvýšit efektivitu veřejných zakázek. Koncept odpovědného veřejného zadávání totiž umožňuje institucím veřejné správy a místní samosprávě zohledňovat v rámci veřejných zakázek i běžných nákupů zboží a služeb vybraná společenská témata, která chce daná instituce řešit (např. zaměstnání znevýhodněných osob, podporu vzdělávání, důraz na snížení zátěže na životní prostředí apod.). Závěrečná konference projektu Sociálně odpovědné veřejné zadávání, která proběhne 10. dubna, vám nabídne příležitost seznámit se s tímto konceptem zblízka a porozumět jeho klíčovému přínosům. Program

zahrnuje příspěvky zahraničních i domácích expertů a zástupců zadavatelů, kteří možnost zadávat odpovědně již využívají. V jednotlivých vystoupeních a panelových diskusích budeme hledat odpovědi (nejen) na následující otázky:

- Jak odpovědně zadávání funguje v zahraničí?
- Jaké příležitosti nabízí České republice?
- Co umožňuje evropská a česká legislativa?
- Jaké postupy se ukázaly jako nejvhodnější?
- Co konkrétně využívají čeští zadavatelé?

V případě zájmu o účast je nutné registrovat se předem na adrese office@nova-ekonomika.cz.

Zdroj: **Nová ekonomika, o. p. s.**

Neziskovky z Olomouckého kraje navazují partnerství u polských sousedů

Unie nestátních neziskových organizací Olomouckého kraje (UNO OK) ohlásila v polovině února letošního roku záměr navázat spolupráci s neziskovými organizacemi z Opolského vojvodství, které se nachází hned za jesenickými hřebeny. Ani ne za měsíc začala tato snaha přinášet první reálné výsledky. Započala jednání s organizací OCWIP (Opolské centrum pro podporu nevládních iniciativ), která na polské straně plní podobnou úlohu jako UNO OK, o možnostech realizace konkrétních společných aktivit. Jejich cílem by mělo být především zviditelňování pozitivní společenské role neziskových organizací na obou stranách hranice. Oba partneři mají zájem hledat společná řešení problémů, které neziskové organizace trápí, a podpořit zájem o navazování kontaktů pro konkrétní společné projekty neziskových organizací. Jedním ze záměrů do budoucna je i uspořádání veletrhu nezisko-



V opolském Centru neziskových organizací mají otevřeno od rána do večera. Foto: UNO OK

vých organizací z Olomouckého kraje v Opoli a naopak těch opolských v Olomouci.

Zdroj: **UNO OK**

Na konferenci INSPO 2014 dominovaly mobilní aplikace

Technologické novinky, určené lidem s tělesným, zrakovým, sluchovým či kombinovaným postižením, dyslektikům i osobám po mozkové mrtvici, představila konference INSPO, kterou uspořádalo BMI sdružení 15. března 2014 v Kongresovém centru Praha. Mezi technologiemi převažovaly mobilní aplikace. Konference zaznamenala rekordních 367 účastníků a vystupujících, zaznělo na ní třicet přednášek a v doprovodné výstavní části představilo své produkty a služby třiatdvacet vystavovatelů. Aplikace Remote Assistant od stejnojmenné společnosti umožňuje nevidomým využívat na dálku zrak svých kamarádů nebo rodinných

příslušníků. Vzdálený asistent vidí video z mobilu nevidomého a zároveň jeho polohu na mapě a může mu tak poradit v jakékoli situaci. Mobilní aplikace EDA Play, kterou představila společnost Raná péče EDA, je zase zaměřena na trénink zraku a jemné motoriky pro děti s kombinovaným postižením. Hned několik přednášek přiblížilo možnosti využití iPadů. Podle zkušeností

Zdroj: **Helpnet**



V rámci konference INSPO představilo své produkty a služby třiatdvacet vystavovatelů. Foto: INSPO

pracovník Alfa Human Service vede práce s iPadem ke zvýšení kapacity lidí s handicapem v různých oblastech jejich disability. Konference INSPO představila také praktické využití nových poznatků, kterých bylo dosaženo v posledních letech v oblasti neurověd. Tomáš Zdechovský z neurolaboratoře v Hradci Králové předvedl mimo jiné zařízení na trénink schopností dětí a osob po autonehodách. Nejvíce dotazů následovalo po ukázce možností Google Glass, kterou připravil Radek Šimko, jeden z nemnoha českých testerů této převratné novinky společnosti Google. Součástí konference bylo i vyhlášení výsledků 10. ročníku literární soutěže Internet a můj handicap. První místo a cenu 10 000 Kč od Poštovní spořitelny získal Jan Gregorek. Partnery konference jsou Nadace Vodafone a AutoCont, technologickým partnerem se od 14. ročníku stalo Středisko Teiresiás Masarykovy univerzity pro podporu studentů se speciálními potřebami.

ZMĚNA V ROZESÍLÁNÍ ZPRAVODAJE!

UPOZORNĚNÍ

Od květnového čísla měníme způsob zasílání zpravodaje!

V současné chvíli je již mnoho adres v rozesílce neaktivních, a proto jsme se rozhodli požádat Vás o novou registraci.

Pokud máte zájem dostávat Svět neziskovek i nadále do Vaší e-mailové schránky, **vyplňte**

prosím registrační

formulář

ZDE:



ZAPOJTE SE I VY DO TVORBY SVĚTA NEZISKOVEK!

Posílejte nám své názory, komentáře, dopisy na adresu: redaktor@neziskovky.cz.

FUNDRAISING, MARKETING A PR

ARGUMENTACE A VYJEDNÁVÁNÍ
S DÁRCEM A SPONZOREM
- AKREDITACE MPSV

7.-8. 4. 2014

LEKTORKA: OLGA MEDLÍKOVÁ

Naučte se připravit si argumenty pro různé dárcce a sponzory, zdokonalte svou argumentační rétoriku. Na kurzu si své vyjednávací dovednosti budete moci prakticky vyzkoušet a získáte k nim cennou zpětnou vazbu.

Více informací: http://www.neziskovky.cz/kurzy/index.php?AS=1&ACT=kurz_detail&idkurzu=580

KLIKNI

E-MARKETING A SOCIÁLNÍ SÍTĚ –
KURZ PRO ZAČÁTEČNÍKY

11. 4. 2014

LEKTORKA: KATEŘINA ŠVIDRNO-
CHOVÁ

Kurz je zaměřen na využití sociálních sítí a web 2.0 aplikací pro moderní a originální prezentaci organizace. Součástí kurzu jsou základy content marketingu – jak se obsahově prezentovat na internetu.

KLIKNI

LEGISLATIVA A ÚČETNICTVÍ

ZALOŽENÍ ZAPSANÉHO SPODKU
DLE NOVÉHO OBČANSKÉHO
ZÁKONÍKU

11. 4. 2014

LEKTOR: PETR VÍT

Kurz vás seznámí se změnami, jež přináší nový občanský zákoník, a poskytne teoretické i praktické informace potřebné k založení zapsaného spolku s co nejmenšími obtížemi.

KLIKNI

OBČANSKÁ SDRUŽENÍ – SPODKY
PODLE NOVÉHO OBČANSKÉHO
ZÁKONÍKU

JAK POSTUPOVAT V ROCE 2014

18. 4. 2014

LEKTOR: PETR VÍT

Dozvíte se více o rozdílech mezi spolkem a občanským sdružením, budete se moci zeptat na všechny potřebné souvislosti včetně možnosti přeměny na ústav či sociální družstvo a nové úpravy pobočných spolků.

KLIKNI

ZAPSANÝ ÚSTAV – „NÁSTUPCE“
OBEZNĚ PROSPĚŠNÉ SPOLEČ-
NOSTI

25. 4. 2014

LEKTOR: PETR VÍT

Kurz vás seznámí s novou právní formou ústavu a poradí vám, jak jej co nejnázne založit.

KLIKNI

OSOBNOSTNÍ ROZVOJ

MEDIÁLNÍ TRÉNINK

14. 4. 2014

LEKTORKY: ŠTĚPÁNKA DUCHKO-
VÁ, KATEŘINA JURIGOVÁ

Vyzkoušíte si mluvit na kameru, získáte užitečnou zpětnou vazbu od zkušených lektorek. Workshop zahrnuje také nácvik psaní tiskové zprávy, prezentace organizace na veřejnosti, trénink reakcí na dotazy televizních a rozhlasových redaktorů a další praktické dovednosti.

KLIKNI

MODULOVÝ KURZ KOMPETENTNÍ
ČLOVĚK NA VEDOUcí POZICI

22. 4.-29. 5. 2014

LEKTORŮ: ZDEŇKA KONEČNÁ,
OLGA MEDLÍKOVÁ, MAREK ŠEDIVÝ

**MODUL 1: MANAŽER JAKO VZOR
PRO OSTATNÍ**

22. 4. 2014

Kurz Vám pomůže identifikovat silné a slabé stránky sebe sama jako manažera, přednosti a slabiny ve fundraisingu a sporná místa v práci s týmem a poradí vám, jak tyto problémy řešit.

KLIKNI



Novinku v nabídce našich kurzů – modulový kurz Kompetentní člověk na vedoucí pozici – povede lektor Marek Šedivý.

ŘÍZENÍ A VEDENÍ

ŘÍZENÍ PROJEKTŮ

10. 4. 2014

LEKTOR: JAN HORKÝ

Na kurzu získáte informace, tipy a příklady dobré praxe pro zahájení a realizaci projektů financovaných z Evropského sociálního fondu.

KLIKNI

PŘÍPRAVA PROJEKTŮ A PSANÍ ŽÁ-
DOSTÍ O GRANT VČETNĚ SF EU

29.-30. 4. 2014

LEKTOR: JAN HORKÝ

Kurz vám pomůže v profesionální přípravě a plánování veřejně prospěšných, zejména neinvestičních projektů financovaných z grantů a dotací.

KLIKNI

SOCIÁLNÍ SLUŽBY

KOMUNIKACE S KLIENTEM V PO-
RADENSTVÍ – AKREDITACE MPSV

24. 4. 2014

LEKTORKA: JANA SLADKÁ ŠEVČÍ-
KOVÁ

Kurz vám pomůže najít nevhodnější formu řízení individuálního rozhovoru, orientovat se při identifikaci klientova problému, porozumět hraničním při přebírání odpovědnosti za vlastní jednání a jednání klienta, zorientovat se v psychologických metodách užívání v poradenství.

KLIKNI

DOKUMENTACE V SOCIÁLNÍCH
SLUŽBÁCH PODLE STANDARDŮ
KVALITY SOCIÁLNÍCH SLUŽEB –
AKREDITACE MPSV

25. 4. 2014

LEKTORKA: JANA SLADKÁ ŠEVČÍ-
KOVÁ

Kurz vás seznámí s povinnostmi týkajícími se vedení dokumentace dle zákona o sociálních službách a zákona o ochraně osobních údajů. Získáte podporu pro zavedení flexibilní a praktické dokumentace sociálních služeb ve své organizaci.

KLIKNI

**CENA KURZŮ
OD 650,- Kč
ZA DEN**

**PŮSOBÍTE NA
VEDOUcí POZICI
A CHTĚLI BYSTE
ZÍSKAT JISTOTU,
ŽE VYKONÁVÁTE
SVOJI PRÁCI
SPRÁVNĚ?**

Neziskovky.cz
otevřít nový
modulový kurz

**KOMPETENTNÍ
ČLOVĚK
NA VEDOUcí
POZICI.**

Zjistíte a zároveň
si upevníte své silné
stránky v pozici
manažera, identifiku-
jete své přednosti
i slabiny ve fundraisin-
gu a naučíte se
efektivně pracovat
s týmem.

Těšíme se na Vás!



HITHIT.CZ JE PORTÁL, KTERÝ LONI NA PODZIM OSLAVIL SVÉ PRVNÍ NAROZENINY NA ČESKÉ CROWDFUNDINGOVÉ SCÉNĚ. ZA DOBU SVÉHO FUNKOVÁNÍ ROZESLAL PŘES 7 MILIONŮ KORUN OSMDEŠÁTI ÚSPĚŠNÝM PROJEKTŮM OD VÍCE NEŽ 7 000 PŘÍSPĚVATELŮ. O CO SE VLASTNĚ JEDNÁ A JAK MOHOU CROWDFUNDING VYUŽÍT NEZISKOVÉ ORGANIZACE PŘIBLIŽIL V ROZHOVORU LOVEC PROJEKTŮ A JEDNATEL PORTÁLU PAN ALEŠ BURGER.

„Budte upřímní a buďte hraví,“

radí Aleš Burger



Přibližte našim čtenářům, na jakém principu portál Hithit funguje?

Vždy, když se snažím popisovat Hithit někomu, kdo nezná pravidla crowdfundingu, říkám, že je to e-shop s neexistujícím zbožím. Zatím neexistujícím. Je to prostě takový předprodej. Až když se dostatečně velká skupina osob rozhodne něco si koupit, teprve pak se ta věc může začít realizovat. Výborně to funguje na knížky, hudební nahrávky, všelijaké akce, koncerty nebo festivaly.

Pomáhá Hithit i s přípravou a realizací samotných projektů a jak? Jakou technickou nebo mediální podporu od vás klienti získají?

Každému projektu se snažíme pomoci hned v počátku. Dobré projekty stačí rovnou nasadit, u většiny ale dokážeme ze zkušeností poradit – víme, co bude na lidi fungovat a co je třeba změnit. Co se týká mediální podpory, tam je to individuální. Na každý projekt upozorníme na našem Facebooku a často i v masmédiích, ale tíha propagace leží vždy především na samotných tvůrcích.

Podle jakých kritérií si vybíráte kampaně, kterým nakonec na portálu dáte šanci?

Šanci dostane každý. Dřív jsme si často kladli otázku, zda nasadit i projekt, u něhož víme nebo tušíme, že neuspěje, ale tohle nemůžete nikdy vědět na 100 %, takže dnes je pro nás

limitem morální a právní rámec. Pokud jsou odměny reálné – myslím splnitelné – projekt pouštíme do světa.

Od čeho se odvíjí úspěšnost kampaně? Můžete našim čtenářům prozradit nějaký recept na úspěch?

Má to více rovin. Základem je jako v každém obchodě dobrý produkt, v tomto případě projekt. Důležité jsou atraktivní odměny. Vždy říkáme: Nabízejte věci, které nelze normálně koupit, podepsané, personifikované, speciální. Ty jsou vždy žádané. A co se týče úspěchu kampaně, tam je důležitá upřímnost a angažovanost.

Kolik stojí využití vašich služeb a co se stane, pokud se během 45 dní cílovou částku nepodaří vybrat?

Hithit si z každé úspěšné kampaně vezme 9 % + DPH. Něco stojí také bankovní poplatky. Pokud ale během oněch 45 dní projekt nevybere dostatek peněz, posílají se všechny příspěvky zpět a Hithit si žádnou odměnu neúčtuje. Máme tedy společný cíl: aby každý projekt uspěl.

Přinese crowdfundingová kampaň klientům i jiné benefity než „jen“ ty finanční?

Ano. Za prvé, na náš web chodí denně tisíce lidí, takže se o vašem projektu dozví spousta lidí, které byste jinak nepotkali. Také vám Hithit prozradí, o co je z vašeho projektu největší zájem, které benefity „letí“. V neposlední řadě si také přípravou projektu urovnáte myšlenky o projektu jako takovém a budete na něj nahlížet z trochu jiného pohledu. To bývá často nejpřínosnější...

V čem se vyplnily či nevyplnily Vaše původní představy nebo i obavy z toho, jak bude crowdfundingový portál v českém prostředí fungovat?

Největší obavy panovaly z pochopení crowdfundingu jako takového. Přece jenom, jedná se o zcela novou cestu a na samém začátku nás pár lidí mělo za hru typu „letadlo“ s jakýmsi pyramidovým efektem. Naopak,

mile nás překvapila chuť Čechů a Slováků podporovat zajímavé projekty. Současná mladá generace je skutečně již plně evropská a věci, které fungují na západ od nás, prostě budou fungovat i u nás.

Jakou mají projekty na vašem portálu úspěšnost a jak si stojíte v tomto ohledu v porovnání s konkurencí?

Největší světové weby crowdfundingu mají úspěšnost kolem 35%, u nás je zatím vyšší, skoro 45%, ale počítáme s tím, že další popularizace přinese asi i méně ambiciózní a tím pádem i méně úspěšné projekty. Ostatní české crowdfundingové weby jsou oproti Hithitu výrazně menší, takže procentuální statistika tam zatím nic moc neříká, ale věřím, že to bude podobné.

Jaký jste měli zatím nejambicióznější projekt a kolik se podařilo vybrat?

Tady jsou dvě měřítka. Nejvíce peněz, tři sta tisíc korun, vybral hudebník Xavier Baumaxa na svou poslední desku Dawntempo, nejvíce procent oproti původnímu očekávání pak vybral spisovatel Luboš Brabec na svou knížku Maraton a jiné pošetilosti, když svou cílovou částku navýšil na 270 %.

Co byste doporučil neziskovce, která by se chtěla do crowdfundingu pustit? Jak moc je reálné, že zde najde nový potenciální zdroj financování služeb?

Myslím, že jsem tuto otázku už vlastně odpověděl mezi řádky výše, ale určitě to rád zopakuji. Buďte upřímní, buďte hraví, nabídněte odměny, které budou atraktivní a které nelze jinde prostě koupit. A až váš projekt vystavíme, dejte o něm vědět všem a ne jednou, pravidelně informujte, uvidíte, že se úspěch dostaví.

Přeji vám to.

Ptala se **Ludmila Hasmanová**

ALEŠ BURGER

Lovec projektů, jeden ze zakladatelů a jednatel největšího portálu specializovaného na crowdfunding Hithit.cz. Producent, reklamní poradce, ředitel agentury pro pořádání eventů, zakladatel a promotér nejstaršího festivalu elektronické hudby pod širým nebem v České republice Cosmic Trip Open Air.



Podrobnosti o crowdfundingu a portálu Hithit – záznam diskuze Crowdfunding a podnikání pořádané Aspen Institute Prague a týdeníkem Respekt.

MEDAILON

Co Vám financování prostřednictvím crowdfundingu přineslo kromě peněz? Šli byste do toho znovu?



Je potřeba zmínit, že finanční profit sbírky nebyl až tak významný, jak jsme si představovali. Něco stojí samotné odměny poskytovatelům

příspěvků, na čemž je sbírka založena, ale do nákladů se promítá i práce, kterou administrace odměn a jejich zasílání obnáší. Přestože jsme tyto aspekty brali v potaz a snažili se najít kompromis mezi atraktivitou a nákladností odměn, objem práce kolem celé agendy byl značný. Určitě jsme díky sbírce zjistili, kdo nám opravdu fandí. Mile nás překvapily příspěvky od lidí, kteří již Cirqueon znají a navštěvují např. naše kurzy, ale i od lidí neznámých. Především díky sdílení na Facebooku sbírka přispěla ke zviditelnění projektu a Cirqueonu samotného. Podobný

způsob financování bychom zopakovali v případě, že se nám podaří zjednodušit systém odměn.

Markéta Lázňovská,
fundraiser, ZAHŘADA, o. p. s.



Sbírka na 50m duhovou vlajku prostřednictvím portálu Hithit.com byla pro Prague Pride první

zkušeností s crowdfundingem. Měli jsme obavy, zda se nám podaří oslovit dostatečné množství přispěvatelů, ale provozovatelé Hithitu nás ubezpečili, že máme velkou šanci. Užili jsme si dost legrace při skládání písně, kterou nám k doprovodnému videu nahrála Lady Zu. Zároveň jsme při zakládání projektu na webu Hithit byli donuceni zamyslet se, co chceme a co přispěvatelům můžeme nabídnout. Kromě peněz nám crowdfunding přinesl zjištění, že podpora LGBT (zkratka označující lesby, gaye, bisexuály a transgender osoby, pozn. red.) projektu je zajímavá nejen pro členy LGBT komunity, ale i pro heterosexuální veřejnost.

Bohdana Rambousková,
PR manažerka Prague Pride

Hlavní je, že to podporovatelé začnou brát za své, že bez nich by to nebylo. To se nám jinak moc nedaří, jsme vnímáni často jako profesionální projekt, který vlastně občany ani moc nepotřebuje, tady se nám to povedlo prolomit. To zavazuje a motivuje. A je to dobrá reklama. Jako jedna z odměn bylo umístění libovolného vzkazu v Parlamentu a hned za několik hodin volal úředník ze Senátu, jestli to máme povolené. Šíří se to rychle. Určitě bychom šli do podobného projektu znovu. Nejde to



použít na všechno, děláme sice spoustu užitečné práce, ale ne vždy se to dá zabalit do nějakého pěkného a srozumitelného „produktu“, na který lidé přispějí. Je s tím taky dost práce a 10 % si vezme Hithit, takže je vhodné to používat uvážlivě, když potřebujete kromě peněz i propagaci a nadšené podporovatele. Jsou portály, které si berou třeba jen 1 %, ale zase se většinou o veškerou

reklamu musíte postarat sami.
Jiří Boudal, koordinátor projektu Rekonstrukce státu



Získali jsme zkušenost, že financování prostřednictvím crowdfundingu může být úspěšné, i když to není

snadné. Cílovou částku je nutné vybrat v krátkém čase. Pokud nesplníte limit, který si na začátku stanovíte, peníze se vrací přispěvatelům. Nás podpořilo více než 150 lidí, kterým záleželo na tom, aby náš projekt přečkal špatný rok bez grantů. Někteří napjatě sledovali výsledky a byli připraveni na poslední chvíli projekt podpořit ještě jednou, aby uspěl. To bylo velkým povzbuzením. Jestli bychom do toho šli znovu, si nejsem jistá. Crowdfunding pro nás byl loni východiskem z nouze. Asi by už nebylo možné obracet se na naše fanoušky s voláním o pomoc. Pokud bychom se rozhodli využít tento způsob financování znovu, museli bychom zvolit jinou taktiku.

Lenka Bazinková
Severský filmový klub

Pojištění firemní odpovědnosti

Máte již pojištěnu firemní odpovědnost v souladu s novým občanským zákoníkem ?

Nevíte ?

Obraťte se na nás, vyřešíme to za Vás.



tel : 603 251 286
email : info@pppu.cz

Pojišťovací společnost s mnohaletou zkušeností.



SEBEZKUŠENOSTNÍ VÝCVIK VE VEDENÍ TŘÍD A RŮSTOVÝCH SKUPIN KVP III

Vhodné pro pracovníky s dětmi a mládeží v rámci primární prevence, pro práci s třídními kolektivy a pro vedoucí skupin osobnostního rozvoje a volnočasových aktivit.

více na
www.vycvikkvp.cz
e-mail: h.vrbkova@seznam.cz



To je nápad! Lidé, darujte!

Crowdfunding. Metoda fundraisingu, kterou někteří úspěšně využili, ale většina má rozporuplnou zkušenost. Někdo po vzoru různých uměleckých i jiných skupin kreativců zkouší oslovit celý svět, aby mu poté nejlépe v dolarech začaly přitékat desetitísíce na účet. Jak vlastně využít fenomén dárcovství přes internet? Má smysl se tím v organizaci zabývat?

Věřte nebo ne, rád slyším nadšené kolegy z neziskových organizací, jak tahle či jiná metoda fundraisingu určitě zabere a konečně naplní účty, pokladnu, rezervní fond. Nic ale není zadarmo.

UMĚNÍ MOŽNÉHO

Fundraising je disciplína, ve které často jde o umění možného. Když je srozumitelně představen základní úkol organizace (tzv. poslání) a je na první pohled zřejmé, že práce na tomto úkolu povede ke všeobecně prospěšné a užitečné změně, je na místě hledat cesty, prostředky, jak přesvědčit dárce. A při hledání způsobů, cest a prostředků se většinou setkáme s již zmíněnou hranicí možného. Někdy v rámci bouře mozků a tvůrčích chviliek vysypeme spoustu nápadů. Zrealizujeme však jen to, na co stačí síly a zdroje.

DŮLEŽITÉ JE ZAUJMOUT

Využívaným fundraisingovým prostředkem se proto v poslední době stává i crowdfunding. Pokud byste chtěli zapojit tento nástroj do svého portfolia možností získávání dárců, přestaňte o něm uvažovat jako o čistě dárcovském nástroji. Vždy je potřeba lidem nabídnout zřetelnou protihodnotu. Jistě jste slyšeli příběhy o tom, jak nějaký umělec, třeba módní návrhář, vymyslel nápad šít nový typ džínových kalhot a během několika dní získal čtyřnásobek potřebné částky. Lidé mu nepřispívali jen na jeho nápad. Všichni jeho dárci ty nové džíny prostě chtěli, proto mu poslali peníze. On na svém crowdfundingovém účtu vystavil minimální cenu, kterou musí lidé zaplatit, aby je získali.

Většina crowdfundingových portálů, jako například český Hithit (www.hithit.cz), funguje tak, že dává možnost spustit kampaň na omezenou dobu. Jako tvůrce kampaně byste

měli myslet na to, že se jedná o speciální typ obchodu. Musíte zaujmout, něco konkrétního nabídnout. To totiž lidem musíte dát ve chvíli, kdy ve stanoveném čase vyberete cílovou částku. Důležité také je, že budoucí podporovatelé Vám musí uvěřit, že to zvládnete. Pokud byste například jako kapela chtěli natočit vlastní CD a náklady byly třeba 50 000 Kč, nabídnete pravděpodobně skupině svých fanoušků jako protihodnotu originální balení tohoto CD. Za vyšší cenu potom také můžete přidat třeba soukromý koncert Vaší kapely. Někdo volí různé recesistické dárky. Třeba takový, že za nejvyšší sumu si oblíbený člen kapely v průběhu živého vystoupení oholí knír. Ceny jednotlivých produktů nastavujete na základě svých podmínek, možností a plánovaného rozpočtu akce. V případě CD bude jistě cena originálního vydání důležitá, protože v této poloze budete mít nejvíce přispěvatelů. I jiné nabídky ale mohou získat své „zákazníky“. Na serveru Hithit nabízí například kapela Strídmí klusáci v kulisách višňi kromě CD, koncertu a různé recese také báseň na tělo, žonglérský workshop nebo třeba malířský portrét. Z toho vyplývá, že zkrátka prodáváte těm, kterým se nápad zalíbí. Velmi často ale také platí jednoduché pravidlo, že pokud kampaň nedospěje k cílové částce, vrací se vložené prostředky přispěvatelům.

OSOBNÍ PŘÍBĚH PRODÁVÁ

Jak je vidět na úspěšných projektech, platí, že kampaň má svou cílovou skupinu a umí ji oslovit. Jako základ pro oslovení se používá již existující skupina vašich sympatizantů, tzv. váš kmen. Provozovatelé crowdfundingových portálů často kultivují prostředí a kontaktují uživatele, kteří neumí nástroj uchopit. Je to kus práce, která se časem projeví v celkové úspěšnosti webu. V minulém roce například spustilo Fórum dárců portál Modrý život (www.modryzivot.cz). Cílem byla podpora dárcovství, ale v zásadě se jedná o princip velmi blízký crowdfundingu. Můžete se podívat, jak se za téměř rok provozu portálu daří jednotlivým kampaním. Celková statistika webu uvádí 210 registrovaných dárců, 136 příspěvků, celkem 96.175 Kč vybráno. Úspěch mají opět



kampaně, které nabídnou silný příběh, nebo ty, které nabídnou zajímavé produkty. Když jsem si například u jedné kampaně přečetl, že si za určitý obnos mohu koupit malou část polohovacího vaku, za jinou částku větší část polohovacího vaku, poté ještě větší část a nakonec za 12 000 korun celý vak, bylo mi jasné, že taková kampaň nemůže zaujmout. Do jejího konce zbývalo 12 dní a cílová částka byla naplněna z 9 %. Tuto kampaň vystavila nadace, ale chyběl v ní jakýkoliv osobní příběh, osobnější fotografie, video... Taková prezentace osloví jen skutečné altruisty nebo lidi znalé věci, kteří mají osobní vazbu na někoho v této sbírce zainteresovaného. Pokud tedy jako organizace chcete například speciální pomůcku pro konkrétního člověka, je lépe využít například portál www.dobryskutek.cz, který je postaven na jiných principech. Základem je osobní příběh, sbírka není tak striktně časově ohraničena, je určena cílová částka a vidíte také, kolik se již získalo peněz.

JDE O NÁPAD

Crowdfunding není jen o dárcovství. Je hlavně o nápadu a chuti něco zajímavého realizovat. Velmi dobře se tak může stát cestou nejen ke získání zdrojů, ale také k rozšíření skupiny lidí, která s vašimi aktivitami sympatizuje. V dnešním prostředí mnoha neziskových projektů nestačí jen správně dělat dobré věci a věřit, že vás někdo podpoří. Pro získávání dárců se stává důležité umět o svém přínosu mluvit a správně jej prezentovat. A prezentovat se vyplatí s nápadem.

Ještě jedna věc stojí za zmínku. Mnozí často zaměňují crowdfunding a crowdsourcing. První je zajištění finančních zdrojů na chytlavý nápad. Druhé zmíněné metodě se též říká wisdom of the crowd, tedy „moudrost davů“ a využívá se například tehdy, když nějaká společnost chce zapojit veřejnost do vývoje technologie. Je to v zásadě využití kapacit a nápadů lidí z davu k rozvoji. Na tomto principu fungují například open source softwarové platformy. Zkrátka – víc hlav víc ví.

Ještě ale zpět ke crowdfundingu. Požádali jsme ty, kteří s ním mají zkušenosti, o vyjádření. Proto uvádíme rozhovor s provozovatelem portálu www.hithit.cz a v anketě pak odpovědi dalších osobností z neziskových organizací, které crowdfunding využily. Na stránkách tohoto čísla zpravodaje se můžete nechat inspirovat. Možná již máte zárodek nápadu, kterým chcete oslovit váš kmen. Je to jen na Vás!

Nábřeží žije díky Auto*Matu i podpoře veřejnosti

Auto*Mat prosadil loni na podzim přelomový projekt ožívání pražského Smetanova nábřeží v režimu pěší zóny s volnočasovým programem. Série otevřených kulturních sobot „Nábřeží žije“ ve spolupráci s Magistrátem hlavního města Prahy a Institutem plánování a rozvoje hlavního města Prahy nejenže přilákala desítky tisíc návštěvníků,



Foto: Auto*Mat

Mají znevýhodněné talentované děti šanci na vzdělání? S pomocí ČSOB ano.

Česká republika patří k pěti zemím OECD, kde má chudoba a špatné rodinné zázemí největší dopad na vzdělání dětí. Jasně to ukázaly například mezinárodní srovnání matematické gramotnosti. Největší problém mají děti a mladí lidé, kterým rodinné prostředí nahrazuje institucionální péče. Přestože stát poskytuje dotační programy pro sociálně znevýhodněné studenty v této oblasti, role firem v podpoře vzdělání dětí je nezastupitelná. ČSOB a Výbor dobré vůle – Nadace Olgy Havlové právě uzavřely první kolo žádostí do Fondu vzdělání pro letošní rok, který dá šanci dalším několika studentům.

Vzdělávání je oblastí, do níž ze CSR ČSOB putuje nejvíce finančních prostředků. Jedním z nejvýznamnějších programů je Fond vzdělání, společný projekt Výboru dobré vůle – Nadace Olgy Havlové (VDV) a ČSOB, který existuje již od roku 1995. Díky němu získalo dosud stipendium 442 studentů a dalších 468 využilo jednorázový příspěvek. Na vzdělání více než 900 studentů středních, vyšších

ale spustila vlnu veřejného zájmu a politických prohlášení o kontroverzním nápadu odklonit tranzitní automobilovou dopravu pryč z historického centra Prahy.



Foto: Auto*Mat

Celý projekt byl výsledkem desetiletého pozvolného úsilí a ročního soustavného a intenzivního prosazování u politiků a úředníků MHMP a MČ Praha 1. I z pohledu Auto*Matu šlo o projekt s velmi nejistým výsledkem, a proto také s nejistým financováním. Na poslední chvíli, když jsme konečně sehnali potřebné záruky k tomu, že akce skutečně proběhne, jsme stáli před problémem nezajištěného financování. Crowdfunding proto do projektu skvěle zapadl – byl poslední šancí, jak projekt financovat a zároveň apeloval na veřejnost, aby jej podpořila.

„Nábřeží žije“ nebyl typický crowdfundingový projekt, nenabízeli jsme ani umělecké dílo, ani hmatatelný výstup, a tak jsme těžce vymýšleli, jaké odměny můžeme lidem nabídnout. Celkový princip

odborných a vysokých škol tak putovala částka přesahující 23 milionů korun. V letošním ročníku rozdělí Fond vzdělání opět částku přesahující milion korun. V současnosti pobírá pravidelné stipendium 71 studentů.

Volbu školy a její absolvování výrazně ovlivňují zájem, podpora a finanční možnosti rodiny.

„V běžné populaci má středoškolské vzdělání s maturitou přibližně třetina lidí. Podíváme-li se ale na děti z dětského domova, střední školu jich vystudují jen zhruba 3 %. Vysokoškolské vzdělání se těmto dětem podaří získat naprosto ojediněle,“ říká Alena Králíková, manažerka pro společenskou odpovědnost ČSOB.

Posláním Fondu vzdělání je podporovat nadané děti nejen z dětských domovů, ale také ty se zdravotním handicapem nebo ty, které vyrůstají v obtížných sociálních podmínkách. Pokud jde o sociálně znevýhodněnou mládež, Fond vzdělání každoročně vynakládá na její studium přibližně polovinu finančních prostředků. „Mezi uchazeči o vysokoškolské studium je největší zájem o humanitní zaměření, např. o pedagogické nebo právnícké fakulty. Úspěšně s nimi soupeří také ekonomické obory či lékařské fakulty. Ze středních škol vyhrávají gymnázia nebo umělecké střední školy jako třeba

ale fungoval – vyzvali jsme tisíce lidí k tomu, aby podpořili něco, co jim změní život, na čem mohou mít podíl a co je bude bavit. A to se podařilo. Jedině s podporou veřejnosti jsme tak zrealizovali něco, na co jsme nenašli ani velkého dánce, ani podporu žádných z nadací.

Crowdfunding ovšem nebyl zadarmo. Příprava projektu na portálu, zajišťování hladkého startu, osobní přemlouvání stovek lidí, tvorba krátkých úderných e-mailů vyzývajících k podpoře, zajišťování logistiky odměn, to vše stálo mnoho hodin práce a nutnost týmové souhry. Poplatky za shromáždění peněz přes Hithit.cz jsou navíc vlastně dost velké. Kdyby nám Nadace Vodafone nepříslíbila laskavě zdvojení cílové částky, asi bychom do toho nešli.

Skvělé bylo, že crowdfunding zvětšil okruh lidí, kteří se o projektu dozvěděli, a také posiloval jejich loajalitu k celé akci (když o tom říkají svým známým, jsou přesvědčenějšími zastánci projektu). Po dosažení cílové částky jsme pak tento úspěch mohli využít při politickém vyjednávání jako poukaz na to, že máme podporu veřejnosti. Pro podporu nezávislých iniciativ je crowdfunding rozhodně slibná cesta, i když se hodí jen pro jasně vyřozované jednorázové projekty s velkým mediálním potenciálem.

Jakub Stránský,
člen Výkonné rady
iniciativy Auto*Mat



konzervatoře,“ prozrazuje Monika Granja z Výboru dobré vůle – Nadace Olgy Havlové.

Stipendia Fondu vzdělání, společného projektu Výboru dobré vůle – Nadace Olgy Havlové a ČSOB, budou letos opět udělena ve dvou vlnách. Uzávěrka jarních žádostí proběhla 25. února, podzimní bude následovat o šest měsíců později.



Z dětského domova vedla cesta Evy Ptáčkové na střední školu v Opavě, kde pobírala stipendium z Fondu vzdělání. Nyní využívá stipendium ke studiu na ČVUT.

Letošní NGO Market se zaměří na kulturu dárcovství a dobrovol- nictví

Nadace Forum 2000 pořádá v pátek 25. dubna již 15. ročník veletrhu neziskových organizací NGO Market 2014. Největší akce svého druhu ve střední Evropě, na niž je vstup tradičně zdarma, se uskuteční v Národní technické knihovně v Praze.

Na letošním veletrhu se představí téměř 200 neziskových organizací, jejichž pole působnosti se pohybuje od sociálních služeb přes kulturní oblasti, podporu demokracie a lidských práv až po vzdělání, výchovu či ochranu životního prostředí.

„V rámci bohatého programu jsme přichystali celou řadu zajímavých přednášek a workshopů nejen pro zástupce neziskových organizací, ale pro všechny, kterým je tematika neziskového sektoru blízká a rádi by se

o ní dozvěděli více. Budeme se věnovat například rozvoji dárcovské kultury a možností firemní filantropie, občanské angažovanosti mladých lidí nebo způsobům, jak hodnotit „spolehlivost“ neziskových organizací,“ říká koordinátorka projektu Ester Pěkná.

Zástupce neziskových organizací bude jistě zajímat i soutěž o Neziskovku roku 2014 či workshop s názvem Jak být štikou v neziskovém sektoru? Chybět nebudou ani přednášky o reklamě a možnostech propagace v neziskovém sektoru včetně ukázek úspěšných světových kampaní. Jako novinka se letos představí NGO Film Fest. Ten kromě dokumentární filmové přehlídky zahrnuje sérii workshopů s dokumentaristou Petrem Mikšíčkem, zaměřenou na výrobu krátkých propagačních filmů, jejichž prostřednictvím mohou zúčastněné neziskovky představit svou činnost atraktivní formou. Nejlepší snímky budou promítnuty na příštím ročníku NGO Marketu v roce 2015.

NAJDĚTE SI SVOU NEZISKOVKU

Řada neziskových organizací se letos přihlásila do programu Dobrovolnické centrum, v jehož rámci mohou inzerovat poptávané dobrovolnické pozice. Nabídka aktivit je velmi zajímavá a pestrá. Dobrovolnický program Centra pro integraci cizinců nabízí například skupinové aktivity pro cizince i Čechy zahrnující výlety po Praze, přednášky či společenské večery. Diakonie Českobratrské církve evangelické hledá dobrovolníky, kteří budou v případě mimořádných událostí – například povodní – vysíláni na nejvíce zasažená místa. Společnost AFS Mezikulturní programy nabízí množství aktivit především pro hostitelské rodiny, které jsou ochotny bez



nároku na finanční odměnu ubytovat u sebe doma zahraniční studenty. Zájemci o práci se seniory, zdravotně postiženými či sociálně slabými osobami budou moci navázat dobrovolnou spolupráci s Židovskou obcí v Praze či společností Nová škola, která se věnuje skupinové a individuální výuce sociálně znevýhodněných dětí.

VÝSTAVA FOTOGRAFIÍ, BOHATÝ PROGRAM PRO DĚTI A UKÁZKY EGYPTSKÉ MUMIFIKACE

Během celého dne bude na NGO Marketu ke shlédnutí výstava fotografií 12 plus 12, jejímž cílem je ukázat život lidí s tzv. nemocí motýlích křídel. Pro nejmenší návštěvníky přichystali organizátoři ukázky přípravy zdravého pohoštění či malování afrických zvířat na obličej. Chybět nebude ani Nemocnice pro medvídky – projekt studentů medicíny určený mateřským školám, ve kterém se děti hravou formou seznámí



s průběhem návštěvy u lékaře a jednotlivými vyšetřeními. Připravena je také ukázka mumifikace a tajemných staroegyptských ceremonií s hudebním doprovodem, které se kdysi odehrávaly v hrobkách panovníků. Zájemci o výrobky z konopí jistě ocení ukázky rukodělného zpracování stonků této rostliny či přiblížení možného využití konopných semenek v kuchyni. Promítnuty budou také dokumentární snímky z letošního programu festivalu Jeden svět určené dětem.

NGO Market 2014 se otevře veřejnosti 25. dubna v 11.00 hodin a své brány uzavře v 18.00 hodin. Pro více informací:



Jak na emoce (nejen) v marketingu

V pražském divadelním Klubu Lávka se ve čtvrtek 20. února křtila nová kniha „Emoce v marketingu“ autorky doc. Jitky Vysekalové. Jako dlouholetí partneři nakladatelství Grada Publishing jsme mohli být u toho. Publikace se zabývá významem emocí v na-

u nás i v zahraničí. Seznamuje s klasickými i novými přístupy k výzkumu emocí. Součástí na našem trhu ojedinělé publikace jsou případové studie významných marketingových odborníků, které představují široké spektrum využití poznatků o emocích v praxi, např. význam emocí při nákupním rozhodování, emocionální působení na zákazníka v místě prodeje, role emocí při budování značky nebo využití humoru v reklamě.

„Hodnotu této publikace zvyšuje skutečnost, že autorka je významným profesionálem jak v oblasti psychologie, tak v problematice marketingu. Jde o dílo v naší odborné literatuře ojedinělé, protože předkládá čtenáři vhodnou

významem emocí v marketingu,“ upřesňuje její recenzent prof. Ing. Gustav Tomek, DrSc.

Jak může být publikace užitečná manažerům z neziskového sektoru popisuje sama autorka doc. Jitka Vysekalová: „Určitě minimálně tak, jako manažerům sektoru „ziskového“. Emoce mají velký význam pro pochopení člověka a vytváření pozitivních emocionálních vazeb hraje při naplňování cílů neziskových organizací důležitou roli. Příkladem je využití emocionálních apelů v sociálních kampaních, které pomáhají v různých oblastech – např. Skuteční lidé potřebují skutečnou pomoc, Ostrovy života nebo Konto BARIÉRY. Emoce jsou důležitým psychickým fenoménem a rozpoznání a uvědomění si vlastních emocí i emocí druhých, schopnost vžít se do druhého člověka, vede ke zlepšování mezilidských vztahů a je to jistě jeden z důležitých úkolů manažera.“

Pozdním odpolednem provázel osobitý moderátor Karel Voříšek, který v sále dokázal nastolit velmi přátelskou atmosféru. Ve stejném duchu přispěla svými vskutku emocionálními šansony zpěvačka Zlatka Bartošková. Samotného aktu křtu se za přítomnosti doc. Jitky Vysekalové a dalších spoluautorů ujal její přítel Ing. Jiří Mikeš, který s růží a šampaňským popřál autorce mnoho čtenářů.

„Byl to velmi příjemný zážitek, protože se na jednom místě setkali lidé, kteří si mají co říct a jsou naladěni na podobné emoce. Tím se vlastně potvrdila hlavní myšlenka knihy docentky Jitky Vysekalové, že emoce mají v našem životě opravdu velký význam,“ dodává ředitelka Ústavu marketingových komunikací na FMK UTB ve Zlíně Ing. Mgr. Olga Jurášková, PhD.

Tereza Černá



Slavnostním uvedením knihy autorky Jitky Vysekalové (zcela vlevo) provázel moderátor Karel Voříšek.

šich životech, emoční inteligenci a především využitím poznatků o emocích v marketingu, včetně možnosti jejich měření. Uvádí i příklady využití analýzy pozitivních i negativních emocí v rámci marketingové komunikace

formou řadu poznatků o tom, jak působí emoce ve vztahu k psychickým procesům, jaký je jejich vztah k fyziologii člověka, jaké jsou jejich projevy a další. Stejně tak si kniha zachovává odbornou úroveň i v části, která se zabývá



Dne 21. 3. 2014 Ministerstvo financí ve spolupráci s Ministerstvem kultury
vyhlásilo Výzvu

**k podání žádostí o grant v programové oblasti č. 16
„ZACHOVÁNÍ A REVITALIZACE KULTURNÍHO A PŘÍRODNÍHO DĚDICTVÍ“
v rámci Programu CZ06 – Kulturní dědictví a současné umění,
který je financován z EHP fondů 2009 – 2014**

Uzávěrka pro předkládání žádostí o grant je 20. 6. 2014 v 19,00 hodin.

Text výzvy, pokyny pro žadatele a další informace naleznete na www.norskefondy.cz a www.eeagrants.cz.

Na těchto stránkách bude rovněž v předstihu oznámen termín konání semináře pro žadatele o grant.

Občanské sdružení a výplata podílů



Občanské sdružení má vysoký zůstatek v pokladně. Tento zůstatek je jen účetní, protože fyzicky tam ve skutečnosti není. Občanské sdružení hradilo některé náklady bez dokladů, takže teď nemá výdaje jak proúčtovat. Je možné nějaké rozdělení zisku jako ve společnosti s ručením omezeným? Podle mého názoru to nelze. Existuje tedy nějaké legální řešení, které by nám pokladnu vyrovnalo?

Odpověď:

Předně je nutné zdůraznit, že úhrada výdajů bez odpovídajících účetních dokladů je významným porušením účetních předpisů. Jak vyplývá z § 6 zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o účetnictví“), účetní jednotky jsou povinny zachycovat skutečnosti, které jsou předmětem účetnictví, účetními doklady. Účetní jednotky jsou povinny zaznamenávat účetní případy v účetních knihách pouze na základě průkazných účetních záznamů vytvořených na základě účetních dokladů. Bez řádného účetního dokladu nelze účetní transakci zaúčtovat, účetní doklad musí zároveň splňovat podmínky průkazného účetního záznamu v souladu s § 33a zákona o účetnictví.

Pokud účetní doklady nelze doplnit ani dodatečně – což i tak je špatné řešení, ale třeba se jedná pouze o opomenutí či nedbalost a je možné vyžádat je dodatečně vzhledem k charakteru těchto výdajů – podle mého názoru nezbývá, než provést inventuru pokladny a pokladní hotovosti. Na základě této inventury bude vykázán pokladní schodek a ten by potom měl být řešen s hmotně odpovědnou osobou, případně s osobou, která je odpovědná za skutečnost, že finanční prostředky byly vyplaceny bez odpovídajícího účetního dokladu. Předpokládám, že inventurou bude zjištěn skutečný fyzický stav peněžních prostředků nižší, než je stav účetní. Žádné rozdělení zisku právní úprava občanských sdružení (po novu spolků) v žádném případě neumožňuje.

Ing. Zdeněk Morávek

Omluva

V minulém čísle byl chybně uveden název organizace Pomocné tlapy o. p. s. Za toto nedopatření se omlouváme.

Redakce



Foto: Pomocné tlapy o.p.s.

JAK TO CHODÍ JINDE. Inspirace pro pracovníky v sociálních službách.

Hmotná pomoc rodinám ve Francii, část II

V minulém čísle jsme shrnuli základní body systému hmotné pomoci rodinám ve Francii. V tomto článku se zaměříme na druhou část dávek, která je podmíněna výší příjmu. Příjem nesmí přesáhnout určitý práh. Mezi tyto dávky patří například některé dávky PAJE (bonus k narození/adopci a základní příspěvek), doplňkový příspěvek, příspěvek na školní potřeby a příspěvek na sociální a rodinné bydlení.

Balíček PAJE má za cíl pomáhat rodinám s výdaji spojenými s narozením či adopcí dítěte, s jeho výchovou a způsobem hlídání do 3 let věku. **Základní příspěvek** je vyplácen rodinám, jejichž příjmy nepřesahují určitou hranici, a pokud dítě pravidelně podstupuje lékařské kontroly. **Bonus k narození/adopci** je také podmíněn výší příjmu. **Doplňkový příspěvek k volnému výběru aktivity** je určen rodičům (v praxi matkám), které přizpůsobují svou profesní aktivitu svému dítěti, neboli přestávají částečně či úplně pracovat. Do r. 1994 byl podobný příspěvek vyplácen matkám více než tří dětí, od té doby je vyplácen také matkám dvou dětí. Tato reforma byla výrazně kritizována za to, že oddaluje nízkopříjmové matky od trhu práce a tím penalizuje jejich budoucí kariéru, výší příjmu a nakonec také výši důchodu. Jako reakce na tento risk snižování zaměstnanosti matek také vznikla v roce 2004 dávka s názvem **Doplňkový příspěvek k volnému výběru chůvy**. Vztahuje se na rodiče dětí do 6 let věku, kteří mají práci a příjem přesahující stanovené minimum a zaměstnávají přímo či nepřímo (skrz agenturu) osobu na hlídání dětí.

Tyto dvě poslední dávky jsou jako jediné podmíněny přispíváním do sociálního pojištění před porodem/adopcí. Výše zmíněnou pomoc s hlídáním dítěte může zastávat kvalifikovaný pracovník či jakákoli osoba, rozdíl se odráží ve výši dávky a ve výši úlevy od zaměstnavatelských odvodů na zdravotní a sociální pojištění. V případě přímého zaměstnání se totiž rodič administrativně stává zaměstnavatelem dané osoby.

Kromě přímého příspěvku na plat chůvy dochází také k úlevám na daních, a to v rámci zákona (Borloo, 2005), který má za cíl **rozvoj sektoru soukromých služeb v domácnostech**. Cílem této reformy bylo hlavně zvýšit zaměstnanost díky sektoru soukromých služeb, mezi které patří i hlídání dětí.

Nástroj rodinné politiky se zde tudíž setkává s nástrojem politiky zaměstnanosti. Politika sladování rodiny a práce se implicitně přesunuje na půdu boje s nezaměstnaností. Zvýšení zaměstnanosti v oboru soukromých služeb, které má zároveň uvolnit více času na produktivní práci pro kvalifikované rodiče, teoreticky nemá mít rozdílný dopad na ženy a muže, ale v praxi tento vývoj prohlubuje nerovnosti mezi ženami: mezi těmi, které konzumují soukromé služby a uplatňují se v kvalifikované práci, a těmi, které se živí soukromými službami a jsou vystaveny nestabilitě, krátkodobým a částečným úvazkům a nízkým příjmům. Zároveň se touto cestou přesunuje důraz od nabídky veřejných sociálních služeb směrem k podpoře poptávky po soukromých službách.

Závěrem lze říci, že podpora rodin – ať už dávkami, úlevami z daní či nabídkou služeb – je jednou z politických priorit a odráží se velmi pozitivně na porodnosti, která je jedna z nejvyšších v Evropské Unii.

Alžběta Müllerová,
Informační středisko
Mikuláš, o. p. s.



Obecná úprava právnických osob v novém občanském zákoníku

Nový občanský zákoník (zákon 89/2012 Sb. – dále „NOZ“) obsahuje komplexní obecnou úpravu postavení právnických osob, která platí jak pro obchodní korporace (obchodní společnosti a družstva upravená zákonem o obchodních korporacích – zákon 90/2012 Sb. – dále „ZOK“), tak pro ostatní, upravené přímo v NOZ.

NOZ rozlišuje v souladu se zavedenou odbornou terminologií tři základní typy právnických osob:

Korporace: jde o společenství osob (fyzických nebo právnických – členů, společníků, atd.), které se sdružují za účelem dosažení určitého společného cíle. Jednotlivé druhy korporací jsou upraveny v NOZ (spolky) a ZOK (obchodní korporace a družstva včetně sociálních družstev). Korporací je rovněž zájmové sdružení právnických osob podle „starého“ občanského zákoníku.

Fundace: jde o účelová sdružení majetku – na rozdíl od korporací, které mají osobní základ, je podstatou fundace majetek, vyčleněný k určitému účelu. NOZ zná dva druhy fundací, a to nadace a nadační fondy.

Ústavy: propojují v sobě znaky korporací (osobní složka – zaměstnanci) i fundací (majetková složka – vklad zakladatele). V našem právním řádu se vyskytují dva typy ústavů – obecně prospěšné společnosti a ústavy.

VZNIK PRÁVNICKÉ OSOBY

Právní osobu lze založit jen tehdy, stanoví-li tak zákon. Právní osoba vzniká zpravidla zápisem do veřejného rejstříku. Právní úpravu veřejných rejstříků obsahuje zákon 304/2013 Sb. o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob.

Pro zakladatelské právní jednání se vyžaduje písemná forma. U nadace a ústavu se navíc vyžaduje forma veřejné listiny (notářského zápisu).

Založení a vznik právní osoby nespádají časově v jedno – nejprve je sepsáno zakladatelské právní jednání a teprve následně (odstup může být v řádu týdnů až měsíců) dochází k zápisu do rejstříku a tím i ke vzniku právní osoby. Za právní osobu lze ovšem jednat (např. uzavřít kupní smlouvu) již před jejím vznikem (logicky ovšem až po založení). Kdo takto jedná – zpravidla zakladatel nebo člen orgánu dané osoby – je z daného jednání oprávněn a zavázán sám. Právní osoba

může účinky těchto jednání do tří měsíců od svého vzniku převzít; v takovém případě platí, že je z těchto jednání oprávněna a zavázána od počátku.

VEŘEJNÁ PROSPĚŠNOST

Veřejně prospěšná je právní osoba, jejímž posláním je přispívat v souladu se zakladatelským právním jednáním vlastní činností k dosahování obecného blaha, pokud na rozhodování právní osoby mají podstatný vliv jen bezúhonné osoby, pokud nabyta majetek z poctivých zdrojů a pokud hospodárně využívá své jmění k veřejně prospěšnému účelu.

Status veřejné prospěšnosti bude udělován pouze na návrh dané právní osoby a při splnění podmínek stanovených zvláštním zákonem. Předpokládá se, že status veřejné prospěšnosti bude podmínkou přiznání některých daňových úlev a dalších výhod, jejichž rozsah však není dosud znám. Zákon o veřejné prospěšnosti nebyl v loňském roce přijat a v tuto chvíli tedy úmysl zákonodárce není naplněn.

ORGÁNY PRÁVNICKÉ OSOBY

Právní osoba tvoří orgány o jednom členu (individuální) nebo o více členech (kolektivní). Členem orgánu právní osoby může být i jiná právní osoba.

U většiny právnických osob je struktura orgánů zákonem předepsána a lze měnit zpravidla pouze počet členů těchto orgánů a délku jejich funkčního období. Výjimkou jsou spolky, které naopak mohou mít orgány vytvořeny takřka libovolně.

Nestanoví-li zakladatelské právní jednání jinak, rozhoduje kolektivní orgán právní osoby většinou přítomných členů. Přitom je schopný usnášení za přítomnosti nadpoloviční většiny všech svých členů.

I nepřítomný člen orgánu má právo se dozvědět obsah přijatého rozhodnutí. Hlasoval-li některý ze členů orgánů proti rozhodnutí, zaznamená se jeho odchýlný názor. Zakladatelské právní jednání může určit, že kolektivní orgán může rozhodnutí přijímat i mimo zasedání (rozhodování per rollam) – písemně nebo s využitím technických prostředků (např. elektronicky, e-mailem apod.).

Kdo přijme funkci člena voleného orgánu, je povinen ji vykonávat s péčí řádného hospodáře. Přitom odpovídá za škodu, kterou při výkonu funkce způsobí. Stane-li se, že člen orgánu nenahradil právní osobě škodu, kterou jí způsobil porušením povinnosti při výkonu funkce, ručí věřiteli právní osoby za její dluh v rozsahu, v jakém škodu nenahradil, pokud se věřitel plnění na právní osobě nemůže domoci. Jinými slovy, způsobil-li člen orgánu škodu, kterou nenahradil, může po něm jakýkoli věřitel této právní osoby

vymáhat uhrazení své pohledávky až do výše neuhrazené škody – náhrada škody je realizována z vlastního majetku daného člena orgánu.

Odpovědnost je zakotvena pouze pro členy volených orgánů právnických osob – členové nevolených orgánů (členská schůze spolku, valná hromada akciové společnosti) podle výše uvedených pravidel za škodu neodpovídají.

Odstoupí-li člen voleného orgánu ze své funkce prohlášením doručeným právní osobě, zaniká funkce uplynutím dvou měsíců od doručení prohlášení.

JEDNÁNÍ ZA PRÁVNICKOU OSOBU

Za právní osobu jedná navenek její statutární orgán. Způsob, jakým tak činí, je zakotven v zakladatelském právním jednání a zapisuje se do veřejného rejstříku. Není-li stanoveno jinak, jedná za právní osobu, která má kolektivní statutární orgán, každý člen tohoto orgánu samostatně.

Statutárnímu orgánu náleží veškerá působnost, kterou zakladatelské právní jednání, zákon nebo rozhodnutí orgánu veřejné moci nesvěří jinému orgánu právní osoby.

Právní osobu zastupují její členové nebo zaměstnanci v rozsahu obvyklém vzhledem k jejich zařazení nebo funkci; přitom rozhoduje stav, jak se jeví veřejnosti. Omezení zástupčího oprávnění vnitřním předpisem právní osoby má účinky vůči třetí osobě, jen muselo-li jí být známo.

ZRUŠENÍ PRÁVNICKÉ OSOBY

Právní osoba se zruší právním jednáním, uplynutím doby, rozhodnutím orgánu veřejné moci nebo dosažením účelu, pro který byla ustavena, případně z dalších důvodů stanovených zákonem. Po zrušení právní osoby se vyžaduje její likvidace, ledaže celá její jmění nabývá právní nástupce nebo stanoví-li zákon jinak. Dochází-li ke zrušení právní osoby s likvidací, musí být ustanoven likvidátor, který provede formální proces likvidace v souladu se zákonem. Použití likvidačního zůstatku může být pro různé typy právnických osob omezeno – zpravidla tedy není možno s ním naložit libovolně, ale jen v souladu se zákonem, případně zakladatelským právním jednáním dané osoby.

Petr Vít

Pracuje jako právník,
konzultant a lektor
pro Neziskovky.cz.



Účtová osnova, České účetní standardy pro některé vybrané účetní jednotky 2014

Jaroslava Svobodová a kolektiv
ANAG, spol. s r. o.



Tato léty prověřená publikace Jaroslavy Svobodové, metodický účetnictví z Ministerstva financí ČR, je určena pro ekonomické,

účetní a majetkové pracovníky nejen příspěvkových organizací, územních samosprávných celků, ale také státních fondů organizačních složek státu. Naleznete v ní informace o všech změnách v oblasti účetnictví vybraných účetních jednotek od 1. 1. 2014, týkajících se těchto právních předpisů: vyhlášky č. 410/2009 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona o účetnictví pro některé vybrané účetní jednotky, Českých účetních standardů účinných od 1. 1. 2014 včetně postupů účtování, vyhlášky o schvalování účetních závěrek vybraných účetních jednotek, zákona o účetnictví atd.

**Emoce v marketingu
Jak oslovit srdce zákazníka**
Vysekalová Jitka a kolektiv
Grada Publishing, a. s.

Emoce hrají v marketingu důležitou, ne-li hlavní – od marketingo-



vého výzkumu přes jednotlivé části marketingového mixu až po komunikační strategie. Jak můžeme emoce v marketingu a především

v marketingové komunikaci využít? Jaký význam mají emoce pro člověka a jeho spotřební a nákupní chování? Jak vytvořit pozitivní emocionální vztah ke značce, produktu, místu prodeje apod.? V této publikaci najdete nejen odpovědi na tyto a další otázky, ale také mnoho příkladů využití pozitivních i negativních emocí v marketingu u nás i v zahraničí. Knižka je určena všem lidem z praxe a studentům, kteří se zabývají marketingem a zvláště marketingovou komunikací.

**Způsob bytí
Klíčová témata humanistické psychologie z pohledu jejího zakladatele**
Carl R. Rogers
Portál, s. r. o.

Carl R. Rogers založil své životní dílo na víře ve schopnost člověka růst. Jeho kniha Způsob bytí obsahuje osobní zkušenosti a reflexe, základní pojmy jeho psycho-terapeutické metody i poznatky o výchově a vzdělávání.



Jako jedno z posledních děl odráží Způsob bytí autorův osobní i profesionální vývoj od šedesátých do osmdesátých let minulého století. Šíří svých témat a zaměřením na pozitivní profesionální vztah bude tato kniha bezpochyby podnětná pro všechny, kteří působí v pomáhajících profesích či studují některý z příslušných oborů

Testování dětí a mladistvých ve školských zařízeních při podezření z užití návykové látky
kolektiv autorů
Wolters Kluwer ČR, a. s.



Publikace předkládá analýzu aktuální problematiky testování dětí a mladistvých ve školských zařízeních při podezření na užití návykové látky se závěrečnými doporučeními. Akcentuje čtyři hlavní úhly

náhledu na tento významný úkon, a to právní, psychologický, pedagogický a medicínský. Dále doporučuje vhodný postup, který vytváří právní jistotu jak pro testované, tak i pro testující. Text nabízí variabilní možnosti a doporučení, která mají napomoci školským zařízením a jejich pedagogickým pracovníkům při práci s dětmi, které jsou důvodně podezřelé z užití návykové látky, při řešení těchto problémů. Knihu si můžete objednat na: www.wolterskluwer.cz/obchod.

Měsíčník Svět neziskovek
vydávají Neziskovky.cz, o. p. s.

Redakční rada:
Neziskovky.cz
Editor:
Lída Hasmanová

Odpovědná redaktorka:
Monika Otmarová

Grafická úprava a sazba:
Friends` Factory

Vydávání měsíčníku Svět neziskovek finančně podporuje Nadace Auxilia



Adresa vydavatele a redakce:
Neziskovky.cz
Malé náměstí 12, 110 00, Praha 1,
tel.: 224 239 876,
fax: 224 239 875
e-mail: neziskovky@neziskovky.cz
FB: <https://www.facebook.com/Neziskovky.cz>

Uzávěrka zpravodaje vždy
17. dne v měsíci.
Vychází do 10. dne v měsíci.
6. ročník, 2014
číslo 04/2014, duben

Zpravodaj Svět neziskovek (ani žádná jeho část) nesmí být reprodukována a zveřejňována bez písemného souhlasu jednoho z vydavatelů a uvedení zdroje. Komerční využití Světa neziskovek je vyloučeno.

Copyright © 2014
Neziskovky.cz, o. p. s.

Svět neziskovek je rozeslán automaticky členům AVPO ČR, předplatitelům Grantového kalendáře a zaregistrovaným odběratelům.

Nevyžádané příspěvky nevracíme.

Články otištěné ve zpravodaji nemusí vyjadřovat oficiální stanovisko redakce a vydavatele.

Redakce si vyhrazuje právo upravovat příspěvky.

ISSN 1803-8824

NADAČNÍ FOND J&T

Děkujeme Nadačnímu fondu J&T, že můžeme nabízet neziskovým organizacím dostupné vzdělávání a přispívat tak k jejich dalšímu rozvoji

					CENÍK INZERCE
6800 Kč	4800 Kč	3400 Kč	2500 Kč	1800 Kč	

Podklady k inzerci: Inzerce se přijímá v elektronické podobě v následujících formátech: PDF, SVG, PS, EPS, Adobe Illustrator AI do verze CS3 – písma převedená do křivek; bitmapová grafika v rozlišení nejméně 150DPI při 100% velikosti (platí i pro obrázky vložené do souborů). V případě nedodržení technických požadavků redakce neručí za barevnou věrnost a kvalitu reprodukce inzerátu.

Inzerce zhotovená redakcí: Po dohodě pro vás inzerát zhotovíme z dodaných podkladů (text, obrazové podklady, loga). Cena bude navýšena individuálně podle náročnosti zpracování. Uvedené ceny jsou bez DPH. Na veškerou plácenou inzerci může být uplatňována sleva pro členy AVPO ČR ve výši 20 %.

Další informace: Aleš Mrázek, tel.: 224 239 876, fax: 224 239 875 e-mail: mrazek@neziskovky.cz.