

ZÁVĚREČNÁ VÝZKUMNÁ ZPRÁVA PRO STATUTÁRNÍ MĚSTO OPAVA

Projekt „Specializované mapy a systémy na podporu seniorů a spolupráce participujících aktérů pro rozvoj dobrovolnictví“, TD020048 je řešen s finanční podporou TA ČR

Odborný tým projektu v roce 2014 – pracovní smlouva

Ing. Magdalena Chmelařová, Ph.D. – řešitelka projektu

Doc. PhDr. Helena Kolibová, CSc.

Doc. PhDr. Anna Václavíková, CSc.

PhDr. Věra Juříčková, Ph.D.

PhDr. Dušan Janák, Ph.D.

Mgr. Martin Stanoev, Ph.D.

Odborný tým projektu v roce 2015 – pracovní smlouva

Ing. Magdalena Chmelařová, Ph.D. – řešitelka projektu

Doc. PhDr. Helena Kolibová, CSc.

Doc. PhDr. Anna Václavíková, CSc.

PhDr. Věra Juříčková, Ph.D.

Ing. Lucie Kamrádová

Mgr. Jana Žáčková

ICT pracovníci a tazatelská síť pracovníků

Na projektu se podíleli ICT pracovníci a pracovníci, kteří byli v roli tazatelské sítě. S těmito pracovníky byly sepsány DPP.

Plnění stanovených cílů a výsledků projektu

Cíle a výsledky projektu byly stanoveny v návrhu projektu, přijatém v druhé veřejné soutěži OMEGA (Smlouva 2013 TD020048 ze dne 10. 12. 2013). Vlastní výsledky jsou k dispozici v samostatné studii, která shrnuje celou problematiku projektu.

T A
Č R

Program **Omega**

Příjemce podpory

Slezská univerzita v Opavě, Fakulta veřejných politik v Opavě



Obsah

Úvod	4
Zadání cílů projektu	6
Zadání výsledků projektu	7
Výsledky z výzkumů v rámci realizace dílčích cílů ve statutárním městě Opava	8
Filantropické klima a aktivity obyvatel Opavy	8
Donátorství a filantropické strategie firem	12
<i>Jaké jsou formy a tendence firemní filantropie?</i>	15
Sféra neziskových organizací na Opavsku	16
Vzájemná spolupráce neziskových organizací a samospráv se zaměřením na péči o seniory	22
Informační a komunikační prostředí pro filantropii a dobrovolnictví v okrese Opava	24
Moderní technologie v životě obyvatel MSK	24
Závěr	26
Metodologické zhodnocení	29
Základní údaje o realizovaných sociologických výzkumech	31
Výzkumy v rámci šetření ve Statutárním městě Opava	31
<i>„Opavané a dobrovolnictví“</i>	31
<i>„Aktivní stáří a dobrovolnictví a filantropie očima obyvatel Moravskoslezského kraje“</i>	31
Seznam grafů a tabulek	33

Úvod

Koncepce filantropie tvoří celek přesahující více než pouhý souhrn částí, včetně způsobů jejich naplňování; vyznačuje se vysokou komplexitou. Je formována solidaritou jednotlivců, solidaritou firem a celospolečenskou solidaritou. Celostní přístup k dárcovství předpokládá dobrou znalost prostředí, respektování jeho specifik a možností. V případě našeho výzkumu se pozornost zaměřila jednak na celý Moravskoslezský kraj (dále jen MSK), ale mapovala také potřebné údaje týkající se Opavy s cílem identifikace efektivních sfér vlivu a intervencí společnosti, včetně potřeb a postojů obyvatel.

Představy občanů o kvalitním životě v dané lokalitě a následně jejich požadavky jsou limitovány finančními zdroji, zákonnými normami, ale také požadavky ostatních občanů. Velmi často se představy různých cílových skupin mohou lišit. Je zřejmé, že není možné odhlédnout od celospolečenské situace, ekonomických možností státu a platných legislativních podmínek. Region, obec, místní komunita jsou však nejpřirozenějším prostředím pro rozvoj filantropie pro bezprostřednost vztahů, důvěrnou znalost problémů, kritických témat a místních potřeb. Současně je optimálním prostředím pro vytváření a přejímání prosociálních vzorů chování jako je solidarita, dobročinnost, altruismus, obětavost, zodpovědnost. Filantropické aktivity jsou projevem zájmu občana, ale i organizací o společenské dění, představují formu občanské spoluúčasti, kdy lidé participují na občanském životě formou pasivní (poskytují např. finanční prostředky vybraným „charitativním“ organizacím), nebo formou aktivní (podílí se na rozhodování ve věcech veřejných, jsou aktivní v dobročinných společnostech, pracují jako dobrovolníci). Svoji angažovaností ve věcech veřejných lidé demonstrují snahu o nápravu některých věcí a zlepšení kvality života jednotlivce i celé společnosti. Lokální filantropie může profitovat z toho, že pokud problémy překročí možnosti neformální dobrovolné pomoci druhému, je to právě komunita, ve které lze daný problém nejlépe a nejefektivněji řešit. Pokud je komunita schopna vytvářet dostatečné zázemí pro řešení problémů svých a svých členů, zvyšuje to její sebevědomí. Výhodou je i skutečnost, že je-li komunita navyklá řešit vlastní problémy, reaguje na nově vzniklý problém sama tím, že rychle vytváří nové zdroje na jeho řešení. Konkrétní příklady místní filantropie podporují sounáležitost, příslušnost k místu, odpovědnost, což zpětně vede k vytváření vzájemných pozitivních vztahů a vede k zesílení pocitu odpovědnosti za danou komunitu ze strany bohatších jednotlivců, neboť dané povědomí o jejich aktivitách posiluje jejich společenské postavení.

Je zřejmé, že možnosti filantropie se mění podle všech zúčastněných aktérů – mohou se měnit potřeby obyvatel, resp. subjektivní postoje a jejich percepce. Za výhodnější se považuje pravidelná podpora, ať už má jakoukoliv podobu. Při pravidelné spolupráci se totiž musí komunikovat, a tak se buduje i mezi dárce a obdarovaným vztah, který podporuje opakovanou solidaritu.

Výzkum byl koncipován v širokém pojetí tak, aby poukázal mnohoúrovňovou strukturu zkoumaného tématu s úkoly specifikovat potřeby obyvatel dané lokality, jejich zapojení do filantropických aktivit a postoje k nim, uvažovat o cílových skupinách a podporovateli, firmách

i jedincích, všech spolupracujících subjektech, neziskových organizacích a subjektech veřejné správy. Aby výzkumné aktivity zachytily zkoumaný problém komplexně, byly použity kombinace metod kvantitativního i kvalitativního výzkumu. Dílčí výzkumy měly rozdílné cíle, aby v celkovém zhodnocení byli zachyceni všichni participující aktéři, kteří do filantropických aktivit vstupují.

Zadání cílů projektu

Hlavním cílem aplikovaného výzkumu je posílit výzkumné aktivity v oblasti negativních dopadů socio-demografického vývoje v MSK. Z hlavního cíle vyplývají další dílčí cíle:

- (1) Deskripce potřeb primárních a sekundárních cílových skupin a okruhů donátorství a dobrovolnictví firem a institucí (výběr skupiny - děti, handicapovaní, senioři a výběr podle oblasti - sport, kultura, péče o památky, ekologie apod.).
- (2) Deskripce programů a sociálních politik firem podporujících filantropii a dobrovolnictví jako společensky odpovědné chování.
- (3) Deskripce požadavků na úrovni samosprávy a jejich komparace, definování příkladů dobré praxe.
- (4) Zprovoznění portálu, kde budou publikovány všechny výstupy projektu.
- (5) Zpracovat v GIS aplikacích specializované mapy s odborným obsahem - Dobrovolnictví v Moravskoslezském kraji a mapu Kvalita života v regionu Opava.
- (6) Porovnání úspěšnosti malého a středního podnikání a klíčových zaměstnavatelů kraje z hlediska jejich společensky odpovědného chování na rozvoj lidských zdrojů a spolupráce s místní municipalitou (firemní dárcovství).
- (7) Analýza informačního a komunikačního prostředí pro filantropii a dobrovolnictví v kraji včetně mediální informovanosti.
- (8) Výzkumná zpráva pro Opavu a MSK.

Zadání výsledků projektu

- (1) **TD020048V001.** Kolektivní monografie tisk musí být v květnu 2015. Popis monografie v projektu: Kolektivní monografie řešitelského týmu, kde budou publikovány metodiky, procesy, moderní technologie, modely a také bude provedena komparace stěžejních problémů se systémy implementovanými v zemích EU.
- (2) **TD020048V002.** Tři články v recenzovaném neimpaktovaném časopisu (J (rec) odborné články, nové pojetí přístupů k sociálně prostorovým procesům). Popis v projektu. Odborné články, kde budou publikovány metodiky, programy a procesy identifikující příčiny působení sociálně prostorových procesů na kvalitu života obyvatel v Moravskoslezském kraji.
- (3) **TD020048V003.** Specializovaná mapa s odborným obsahem – Dobrovolnictví v Moravskoslezském kraji.
- (4) **TD020048V004.** Specializovaná mapa s odborným obsahem – Kvalita života v regionu Opava.

Výsledky z výzkumů v rámci realizace dílčích cílů ve statutárním městě Opava

Hlavní strategie plnění výzkumných úkolů a cílů byla naplňována vědeckými metodami (zejména syntézou, dedukcí a komparací) a finalizací informací, získaných prostřednictvím dat získaných v rámci klíčových sociologických výzkumů: „Opavané a dobrovolnictví“, „Aktivní stáří a dobrovolnictví a filantropie očima obyvatel Moravskoslezského kraje“, „Firemní filantropie“ a „Výzkumné šetření neziskových organizací a samospráv na Opavsku“.

Výzkumy mapovaly zkoumanou realitu z pozice občanů a firem v Opavě prostřednictvím kombinace kvantitativní a kvalitativní výzkumné strategie. Základní parametry výzkumného designu byly nastaveny na základě předchozích zkušeností projektového týmu v oblasti společenskovedních aplikovaných výzkumů, z nichž řada byla publikována formou odborných monografií či sborníků.

Na základě dříve realizovaných a publikovaných analýz a s podporou datových souborů, získaných pilotními studiemi, byly stanoveny hlavní výzkumné okruhy a otázky. Ty vycházely z hlavních cílů projektu, kterými byla jak deskripce potřeb primárních a sekundárních cílových skupin a okruhů donátorství a dobrovolnictví firem a institucí (výběr skupiny - děti, handicapovaní, senioři a výběr podle oblasti - sport, kultura, péče o památky, ekologie apod.), tak také respektovaly deskripci programů a sociálních politik firem podporujících filantropii a dobrovolnictví jako společensky odpovědného chování, s ohledem na porovnání úspěšnosti malého a středního podnikání a klíčových zaměstnavatelů z hlediska jejich společensky odpovědného chování. Výzkumné cíle se rovněž orientovaly na deskripci požadavků na úrovni samosprávy a neziskových organizací a jejich komparace a případné definování příkladů dobré praxe. Metodické části výzkumů je věnována samostatná podkapitola.

Filantropické klima a aktivity obyvatel Opavy

Z výzkumu zaměřeného přímo na obyvatele Opavy (666 respondentů) vyplynula potěšující skutečnost, která poukazuje na to, **komunitní principy** nejsou obyvatelům Opavy lhostejné a osobně se týkají více než poloviny respondentů. Téměř 55 % uvádí, že jsou členy minimálně jedné dobrovolné neziskové organizace. Jde především o organizace a spolky zaměřené na smysluplné trávení volného času. Nejvíce respondentů uvedlo, že jsou členy sportovního klubu nebo sdružení a společně s těmi, jež uvedli kulturní organizace (pěvecké, taneční, hudební soubory) tvoří více než čtvrtinu souboru. Jako poměrně významné se ukázalo také členství v tradičních spolcích (myslivci, rybáři, zahrádkáři, pěstitelé, včelaři, chovatelé apod.) a členství v církvi nebo jiné náboženské organizaci. Pokud se ale zaměříme na dobrovolnou činnost bez vztahu k členství v nějakém spolku či zájmové (i jiné) organizaci, je dobrovolnická aktivita Opavanů nižší, nicméně se příliš neodchyluje od průměrné hodnoty v MSK.

Jaké je tedy filantropické citění Opavanů?

Běžní občané Opavy neopomíjejí pomoc a podporu skupin, které jsou postiženy nějakou tíživou sociální situací či krizí, a které jsou v tomto smyslu nejvíce ohroženy sociální exkluzí. Pomoc je realizována nejčastěji prostřednictvím finančního daru, ale významnou se stává i dobrovolnická činnost. Za důležité partnery v tomto směru lze považovat organizaci ELIM Opava a také Slezskou univerzitu Opava, která v rámci odborných praxí výrazně motivuje studenty k dobrovolnické činnosti.

Peněžní nebo nepeněžní dary směřovaly především k organizacím zprostředkávajícím dobročinnost (charity apod.) a církvím nebo náboženským organizacím, které jsou mnohdy vnímány jako nositelky filantropických aktivit (společně více než čtvrtina souboru). Menší část respondentů uvádí, že poskytli dar organizacím poskytujícím sociální služby (např. pomoc seniorům či osobám se zdravotním postižením, krizová centra apod.) a kulturním organizacím.

Z komparace s okresy v MSK lze konstatovat, že podpora církví a náboženských organizací je v Opavě o něco vyšší, než je průměr okresů v MSK, souvisí to pravděpodobně s vyšší religiozitou okresu a silnou pozicí Charity Opava. Procentní hladina podpory samotným sociálním službám se pak přibližuje průměrné hodnotě (kolem 11 %) v MSK. Více peněz, než ukazuje průměrný údaj za MSK, dávají obyvatelé Opavska na sportovní kluby a sdružení. Naopak nulovou podporu obdržely v Opavě ženské a politické organizace, odborové a profesní organizace. Tyto však mají i v rámci MSK velice nízké průměrné skóre. Přibližně polovina respondentů z Opavska neposkytla peněžní dar žádné z dobrovolných neziskových organizací.

Dary nepeněžního charakteru jsou v Opavě poměrně nevýznamnou formou dárcovství, čtyři pětiny dotázaných (nejvíce v okresech v MSK) takovýto dar nikdy neposkytlo. Nejvíce věcných a jiných nefinančních darů směřovalo do sportovních klubů a sdružení, v tomto ohledu se Opava poněkud liší od průměru v MSK, kde dominuje podpora sociálních služeb.

Dobrovolná práce směřuje spíše k zájmové a spolkové činnosti, nejpočetnější se ukázala skupina dobrovolníků v oblasti sportovních klubů a kulturních organizací. I když zde nejde o filantropickou aktivitu v přímém smyslu nelze opomíjet význam této činnosti v oblasti prevence sociálně patologických jevů, především u dětí a mládeže. Avšak ani dobrovolnickou činnost v rámci církevních organizací a dalších organizací pomáhajících sociálně slabým skupinám a jednotlivcům (př. sociálních službách) nelze považovat za bezvýznamnou. Společně by respondenti vytvořili další čtvrtinu z diagramu ilustrujícího dobrovolnou práci na Opavsku. Nejčastěji je dobrovolnická práce uskutečňována jednou za měsíc (necelá čtvrtina dotázaných) nebo jen sporadicky, jednou-dvakrát do roka (uvádí necelá pětina).

Větší polovina dotázaných Opavanů, která uvedla, že dobrovolnou práci v uplynulém roce nevykonávala, nevidí překážku v nedostatku informací, důvody budou tedy mít jinou, spíše osobní povahu (lze predikovat nedostatek času, náročnost zaměstnání atd.).

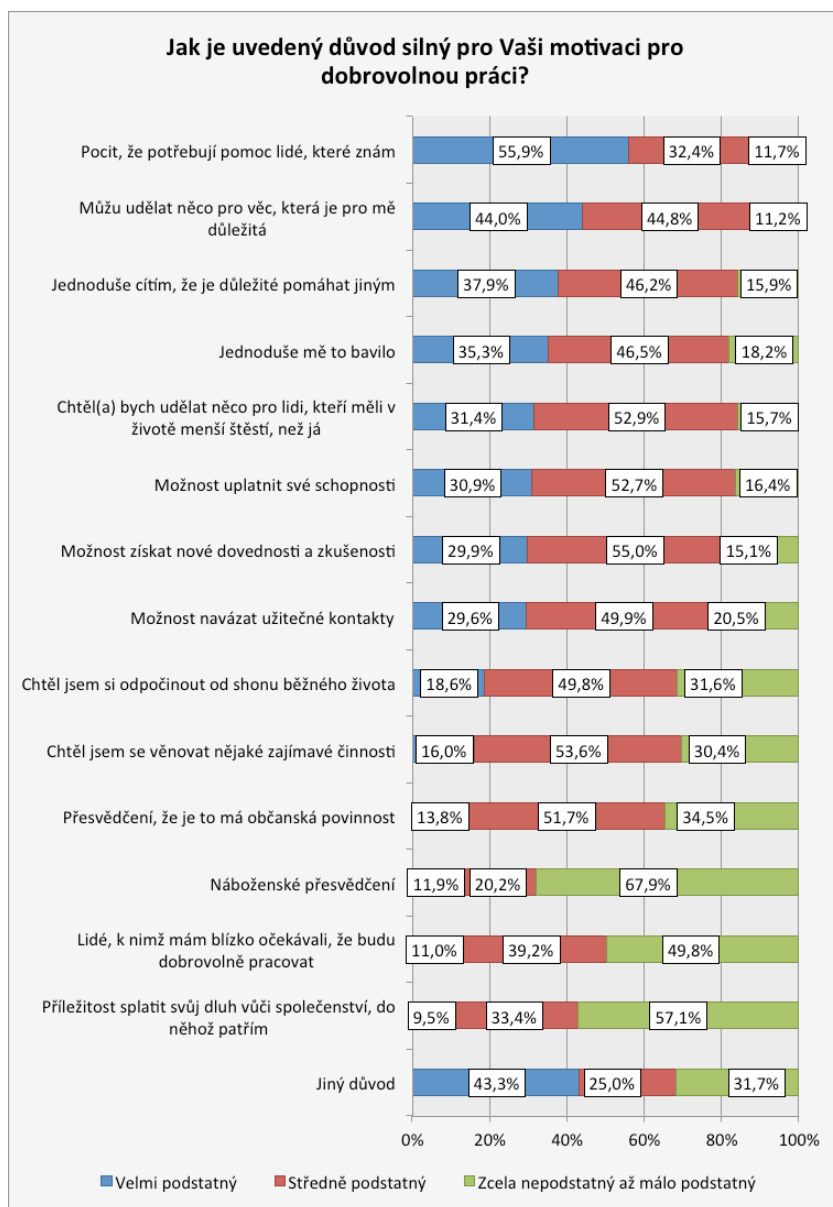
V rámci výzkumu byla zkoumána i dobrovolná práce pro nějakou jinou organizaci, než neziskovou organizaci, v tomto směru dominují soukromé firmy (cca 10 %) respondentů, zbytek organizací (státní správa či samospráva) vykazují zcela marginální ráz. Podobná je situace u dobrovolné práce, kterou organizoval nebo podporoval zaměstnavatel. Více než polovina respondentů uvedla, že

zaměstnavatelé dobrovolnickou činnost nepodporují, jen 10 % respondentů se s takovou nabídkou setkala a využilo ji. Ve srovnání s okresy v MSK vykazuje Opava nejslabší skóre. Lepší situace se ukazuje v oblasti komunitní svépomoci, větší čtvrtina dotázaných odpověděla, že během posledních 12 měsíců pomohla někomu ve svém sousedství nebo v místním společenství bez toho, aby jeho pomoc zprostředkovala nějaká organizace.

Proč se někteří Opavané stali dobrovolníky?

Jako podstatný důvod pro motivaci v dobrovolné práci uvedlo nejvíce respondentů pocit, že je potřeba pomoci lidem, které znají a také skutečnost, že je potřeba udělat něco pro věc, která je pro ně velmi důležitá. Mnozí také jednoduše cítí, že je důležité pomáhat jiným. Jako nejméně podstatný motivátor k dobrovolné práci je vnímána nutnost splatit dluh vůči společenství, k němuž respondent patří. Názorné výsledky dokumentuje graf č. 1.

Graf č. 1: Důvod pro motivaci k dobrovolné práci



Pokud srovnáme získaná data s ostatními okresy, vidíme, že obyvatelé okresu Opava se poněkud liší preferencí dobrovolnictví na základě motivu vyjádřeného výrokem: „Pocit, že potřebují pomoc lidé, které znám“. Tento výrazněji vnímaný „pocit sounáležitosti“ se svým okolím lze považovat za pozitivní zjištění. Ve srovnání okresů je na Opavsku zřejmá o něco vyšší tendence „pomáhat lidem“ a to i v souvislosti s již zmíněnou vyšší mírou religiozity. Z dalších skutečností, kde se Opavané výrazněji liší ve srovnání s celkovými údaji od všech respondentů z okresů v MSK lze uvést některé zajímavé skutečnosti. Výraznější je počet obyvatel Opavska, kteří se domnívají, že je dobrovolnictví často zneužíváno. Také výrazně víc lidí se na Opavsku domnívá, že by pomoc potřebným měla být spíš v rukou státu a ne dobrovolníků.

Poněkud překvapující skutečností je, že jako hlavní organizace zprostředkovávající dobrovolnou činnost pro další organizace, byly respondenty Opavska jmenovány Charita Opava a Armáda spásy. ELIM Opava, který je v realizaci dobrovolnictví pro jiné organizace velmi významným subjektem, se v tomto směru neprosadil.

I když obyvatelé Opavy deklarovali menší míru vlastní dobrovolnické aktivity, výsledky výzkumu ukázaly, že dobrovolnictví považují za významnou součást pomoci potřebným. Téměř všichni souhlasí s výroky: „dobrovolníci jsou lidé, kteří pomáhají potřebným“ a „dobrovolníci jsou lidé, kteří aktivně pomáhají vytvářet lepší svět“.

Preference pomoci konkrétním cílovým skupinám

Z výsledků vyplývá, že **majoritní cílovou skupinou**, na kterou by měla být zacílena pomoc a podpora jsou osoby se zdravotním postižením (66,6 %) ve smyslu tělesného či sluchového handicapu, společně se skupinou lidí s mentálním handicapem (55,0 %) a staří lidé a umírající (51,6 %). V kontextu menších obcí okresu Opava však dominuje preference saturace potřeb seniorů a umírajících. Lze predikovat, že v tomto směru do počtu zasáhl vysoký podíl obyvatel přilehlých obcí, které vykazují vyšší věkový průměr.

Zajímavá je také skutečnost, že se respondenti vyslovili i pro podporu lidí postižených přírodní (příp. válečnou) katastrofou (47,8 %). Diference míry sociální citlivosti se projevila na opačném konci spektra. Malou nebo žádnou míru potřebnosti podpory vyjádřili dotázaní nejčastěji vůči cílové skupině závislých na drogách, alkoholu a výherních automatech (58,1 %) a skupinám: propuštění z vězení, prostitutky a delikventi (57,1 %) a etnické a národnostní menšiny, uprchlíci, azylanti (50,5 %). V rámci klasifikace cílových skupin se prokázala předpokládaná tendence zaměřit se na pomoc při saturaci potřeb osob, které svou tíživou situaci nezavinily a jejichž podporu vnímají lidé v Opavě jako oprávněnou.

Okruhy potřeb sledovaných cílových skupin je nutné posuzovat ve třech segmentech.

- První segment zahrnuje potřeby lidí, jejichž tíživou situaci determinovaly vnitřní a vnější faktory naturální povahy (nemoc, zdravotní handicap, vysoký věk, přírodní katastrofa).

- Další segment potřeb, který respondenti umístili na pomyslnou druhou příčku, zahrnuje osoby, které trpí kvůli sociálním vlivům (osoby v krizové životní situaci, ohrožené rodiny, matky samoživitelky, děti a mládež a pocházející z dysfunkčních rodin apod.).
- Třetí segment tvoří lidé, jejichž tíživá situace je ovlivněna neblahými vnitřními charakteristikami a nevhodnými životními postoji a způsoby (propuštění vězni, delikventi, osoby závislé na alkoholových i nealkoholových drogách, osoby bez přístřeší, problematické menšiny apod.).

Opavsko vykazuje vyšší míru (17 %) starších osob - 65 a více let. V okresním měřítku se tedy projevila tendence preferovat saturaci potřeb této cílové skupiny. Z výzkumu zaměřeného na seniory v MSK vyplynuly mnohé zajímavé závěry, validní také pro Opavsko. Ve stručnosti uvedme ty nejzajímavější: Z průzkumu vyplynulo, že většina seniorů nenavštěvuje žádné **centrum pro seniory** ani podobné organizace. V případě, že respondent uvedl nějaké centrum pro seniory, šlo o kluby aktivního stáří (Klub důchodců, Klub žen), Univerzitu třetího věku (Slezské univerzity v Opavě), *občanská sdružení* a spolky (zahrádkářský svaz atd.). Respondenti se vyjádřili ve prospěch kulturních akcí (koncerty, divadlo) a vzdělávacích akcí (přednášky a besedy). Marginální aktivitu projevili v souvislosti s absolvováním počítačových a jazykových kurzů. Téměř třetina dotázaných seniorů však žádné společenské akce v místě svého bydliště nenavštěvuje, přestože, vzhledem k dalším výsledkům, informacemi o dění ve městě disponují. Jako uspokojivou lze vyhodnotit i situaci ve směru dostupnosti a kvality sociální i zdravotní péče pro seniory (vždy výrazně nadpoloviční většina je spokojena). V oblasti dalších služeb, především komerčního charakteru, je znalost o dostupných, resp. bezplatných službách pro seniory velmi sporadická. Pokud by z důvodu svého zdravotního stavu byli dotázaní senioři odkázáni na pomoc druhých, nejvíce by preferovali domácí péči, dále pak dům s pečovatelskou službou, případně pobytové zařízení.

Donátorství a filantropické strategie firem

Na okruhy donátorství a dobrovolnictví, a deskripci programů a sociálních politik firem podporujících filantropii a dobrovolnictví jako společensky odpovědné chování se zaměřil specifický sociologický výzkum a stanovil si jako výzkumný úkol zjistit (na základě regionálního rozložení firem, povahy odvětvové pracovní orientace firem, jejich velikostní kapacity) a provést deskripci a shrnutí postojů firem k základním tématům a charakteristikám profilů firemní filantropie, a to jak peněžního, tak i nepeněžního dárcovství, mj. i s větším akcentem na popis způsobů zapojení (zapojování) zaměstnanců do firemní filantropie a taktéž na podporu individuálního dárcovství zaměstnavatele. Otázky byly nasměrovány k zjištění osvědčených praktik firem, ale také případných negativních pohledů na dané praktiky, včetně doporučení a rad ze strany zaměstnavatelů na způsoby filantropických aktivit. Do výzkumu bylo zapojeno 300 subjektů z 6 okresů (Karviná, Ostrava, Nový Jičín, Frýdek-Místek, Opava, Bruntál), 62 subjektů bylo z okresu Opava. Uvedené výsledky se vztahují k celkovým závěrům, za Opavu jsou samostatně uváděny jen diferentní skutečnosti.

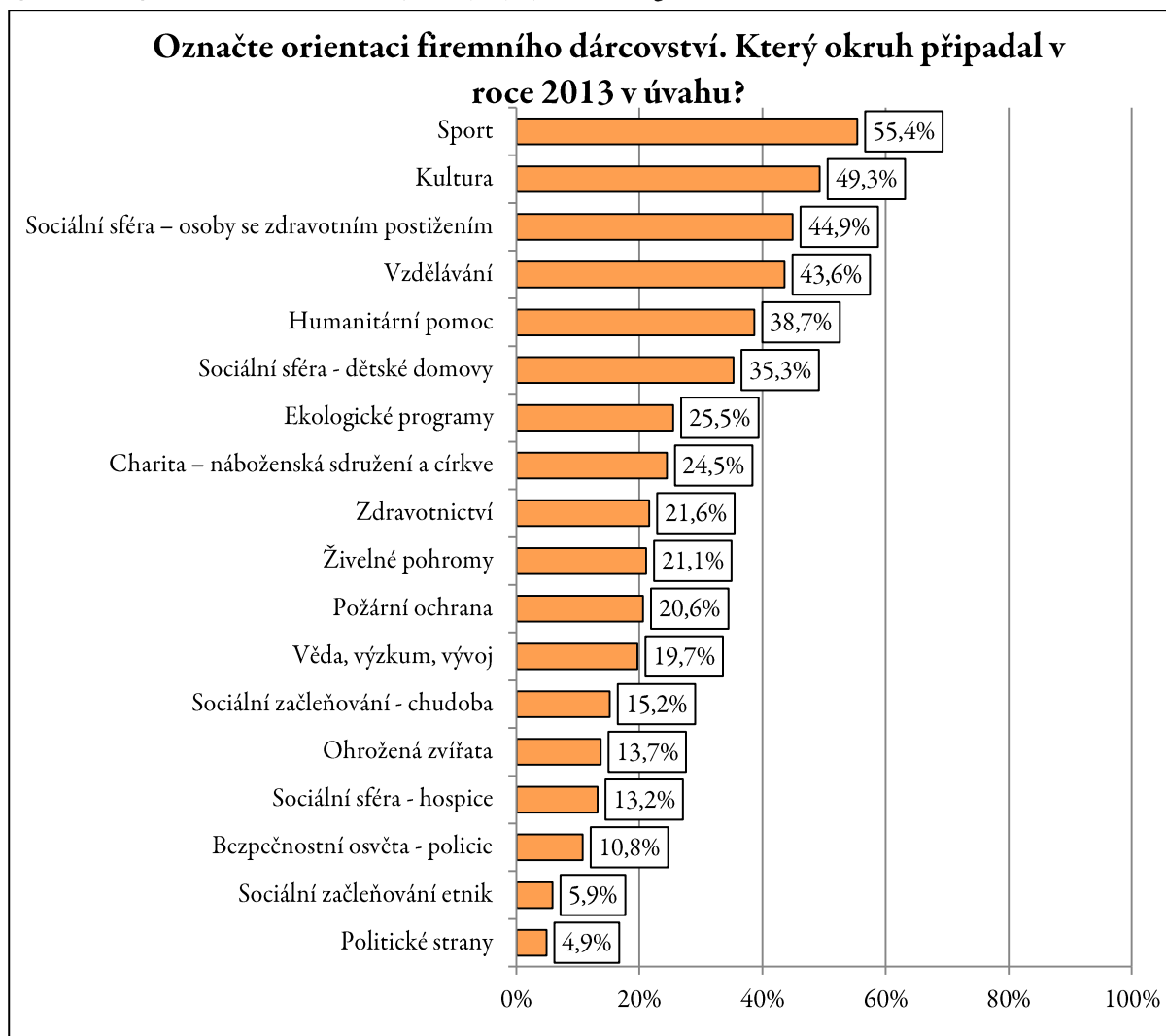
Jakým způsobem firmy stanovují výši roční částky na podporu?

Z výsledků analýz vyplývá, že výši roční částky na podporu a konkrétní výši příspěvku stanovují firmy nejčastěji na základě jednání rozhodovacího orgánu firmy (44,1 %). Dále pak dle dosaženého zisku (30,0 %) a u více než šestiny firem se jedná o subjektivně určenou konstantní částku (17,9 %). Nejméně často rozhoduje daňová uznatelnost daru (7,7 %) a jiná strategie než výše uvedené je rozhodující u 6,3 % dotázaných firem. Respondenti mohli uvést více variant odpovědí, z toho důvodu celkové součty nedávají 100 %. Výsledky ukazují, že údaje z firem z okresu Opava odpovídají přibližně zjištěným datům u zkoumaných firem v MSK.

Téměř polovina dotázaných firem uvedla, že jejich současnou situaci nejvíce vystihuje tvrzení „pravidelně finančně podporujeme potřebné, kteří nás osloví“ (46,7 % rozhodně nebo spíše ano). U téměř čtyř desetin firem je výstižný výrok „máme firemní strategii finančního dárcovství“ (37,9 %), u třetiny dotázaných je to výrok „pravidelně podporujeme zapojování zaměstnanců ve formě laické výpomoci“ (33,0 %) a u více než pětiny dotázaných firem vystihuje dle jejich názoru současnou situaci firmy výrok „pravidelně podporujeme dárcovství času tj. zapojování zaměstnanců do firemní filantropie ve formě předávání kompetencí a odborné pomoci“ (22,5 %). V nejmenší míře současnou situaci firem vystihuje výrok: „máme vlastní firemní nadaci pro filantropii, která se koná pravidelně“ (9,5 %). Téměř polovina dotázaných firem (45,0 %) se domnívá, že by mohly být více prospěšné obci, městu a to tak, že by více pomáhaly lokálně (39,8 %), anebo by mohly založit firemní nadaci (5,2 %). Více než pětina firem (22,7 %) si myslí, že by nemohla být obci nebo městu více prospěšná, hlavní je, že dávají práci lidem a třetina dotázaných (32,2 %) uvedla, že neví, nepřemýšlí o tom.

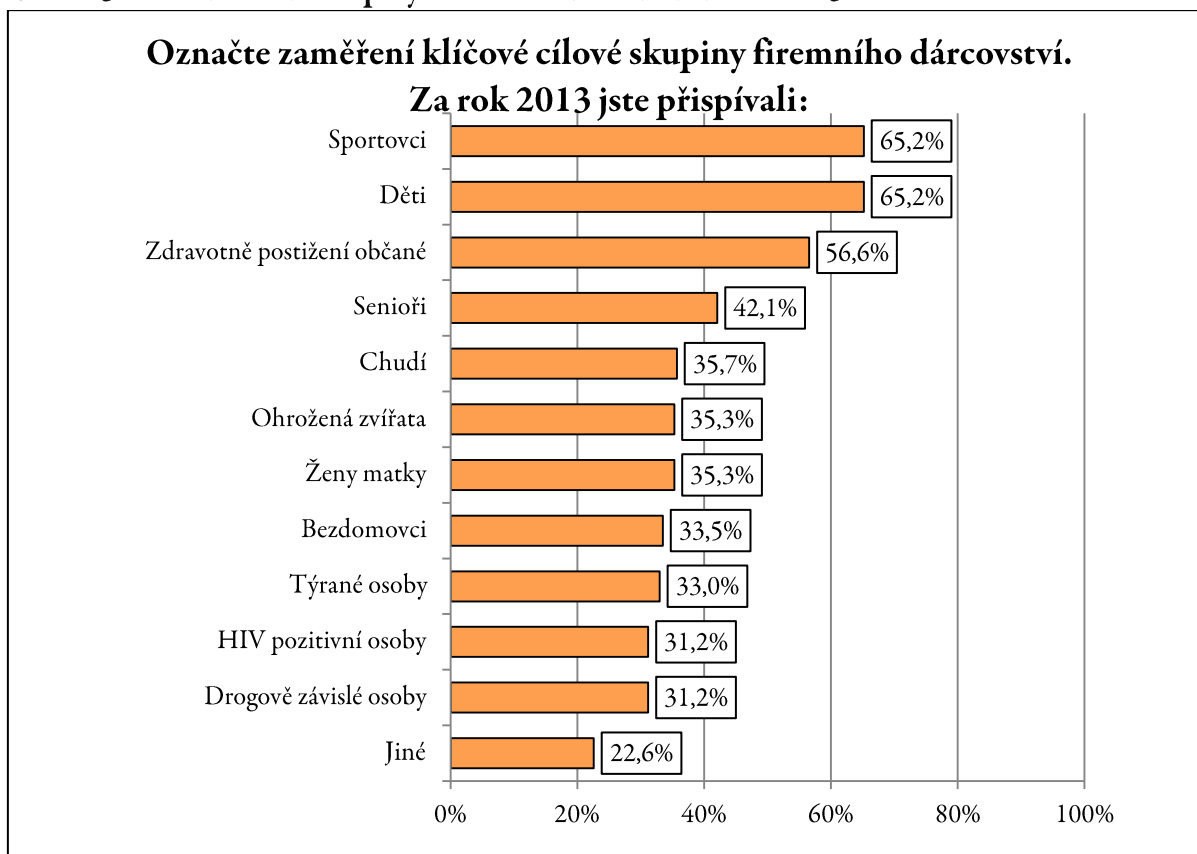
Oblasti a cílové skupiny firemního dárcovství byly identifikovány prostřednictvím seznamu nabízených variant. Jak vyplývá z následujícího grafu č. 2, nejčastěji připadala v úvahu pro firemní dárcovství v roce 2013 oblast sportu a oblast kultury a to u přibližně poloviny dotázaných firem. Další nejzvažovanější oblastí byla sociální sféra a oblast vzdělání. Nejméně zvažovanými oblastmi pro firemní dárcovství v roce 2013 byly politické strany (4,9 %). Podrobně výsledky dokumentuje následující graf.

Graf č. 2: Orientace firemního dárcovství v roce 2013.



Z dalšího grafu je patrné, že nejčastěji firmy v roce 2013 přispívaly sportovcům a dětem. Tyto varianty odpovědi uvedly téměř dvě třetiny dotázaných. Téměř šest firem z deseti přispělo zdravotně postiženým občanům a více než čtyři firmy z deseti přispěly seniorům.

Graf č. 3: Klíčové cílové skupiny firemního dárcovství v roce 2013



Jaké jsou formy a tendence firemní filantropie?

Nejpravidelnější formou firemní filantropie je dle výsledků analýz poskytování sponzorských darů bez protiplnění (51,5 %) a dále pak poskytování finančních či nefinančních prostředků formou reklamy (27,9 %). Tyto formy v MSK upřednostňují především větší firmy. Další formy firemní filantropie se pravidelně vyskytují u méně než desetiny firem. Jedná se o předávání know-how (profesionálních dovedností), uvolnění zaměstnanců pro práci v neziskové organizaci (tzv. secondement), organizaci finanční sbírky zaměstnanců na konkrétní podporu a organizaci nefinanční sbírky. Tendence filantropické činnosti firem za roky 2010-2013 měla spíše setrvalou tendenci a to u více než dvou třetin dotázaných firem (68,9 %). Setrvalou tendenci vykazují především firmy působící v oblasti služeb. Pouze u šestiny firem (17,0 %) měla zvyšující se tendenci a naopak snižující tendenci zmiňuje přibližně sedmina dotázaných (14,1 %).

V roce 2013 dotázané firmy poskytly dary ve výši od 1 000 Kč do 2 250 000 Kč. Nejčastěji se jednalo o částku 10 000 Kč, střední hodnota celkové poskytované částky v roce 2013 je 25 000 Kč. Rozložení částek dokumentuje následující tabulka č. 1.

Tabulka č. 1: Výše poskytnutých darů firmami v roce 2013.

V jaké výši byly poskytnuty v roce 2013 dary?	
Minimum	1 000 Kč
Maximum	2 250 000 Kč
Medián	25 000 Kč
Modus	10 000 Kč

Závislost výše poskytnutého daru v roce 2013 s okresem sídla firmy a také s velikostí firmy podle počtu zaměstnanců byla hodnocena neparametrickým Kruskal Wallis testem. V obou případech byla nulová hypotéza zamítnuta a byla potvrzena závislost mezi výší poskytnutého daru v roce 2013 a okresem sídla firmy ($p = 0,017$) i mezi výší poskytnutého daru v roce 2013 a velikostí firmy podle počtu zaměstnanců ($p = 0,001$). Větší finanční obnos darovaly v roce 2013 firmy z okresů Karviná a Frýdek-Místek naproti tomu nižší částky byly zaznamenány v okresech Bruntál a Nový Jičín. Opava je ve střední části tabulky. Dále z výsledků analýz vyplynulo, že čím je firma co do počtu zaměstnanců větší, tím větší výše darů byla v roce 2013 poskytnuta.

Co by pomohlo a prospělo firemní filantropii firem na úrovni kraje či na úrovni státu?

Představitelé dotázaných firem se v této věci ve velké většině nevyjádřili. Na volnou otázku odpovědělo jen 73 respondentů, což je necelá čtvrtina všech dotázaných. Nejčastěji dotázané firmy uvedly, že by mohlo pomoci více osvěty v médiích, lepší propagace a větší informovanost (27,4 %) a daňové zvýhodnění, zvýšení daňového limitu pro odpočet darů, propracovanější politika daňových úlev (26,0 %).

Sféra neziskových organizací na Opavsku

Jak fungují neziskové organizace v Opavě a okolí (i s ohledem na změnu zákona)?

Účinnost nového Občanského zákoníku od 1. 1. 2014 přinesla změny do právní formy zřizování a existence neziskových organizací. V souboru zkoumaných organizací v Opavě (celkem 52) v době výzkumu (rok 2014) dominovaly občanská sdružení (transformující se ve spolky), další formy byly spíše sporadické. Mnohé z těchto organizací se zaměřují na pomoc více cílovým skupinám. Některé odpovědi se překrývají – např. označení veřejnost je zaměřeno na všechny věkové kategorie, což vybrala téměř polovina oslovených zástupců neziskových organizací. Jsou to především neziskové organizace v menších obcích, které často cílovou skupinu přesně nespecifikují a svoji činnost určují všem obyvatelům obce. Přes polovinu neziskových organizací však specifikovala zaměření na děti do 18 let. Stejný počet (23 neziskových organizací) udává, že se zaměřují na mládež od 19-26 let a na seniory. Nejvíce sledovanou skupinou s možnými problémy jsou osoby se zdravotním postižením (26,9 %). Činnost zaměřenou na rizikové skupiny dětí a mládeže uvedlo

15,4 % neziskových organizací. Potvrdil se náš předpoklad, že nejméně sledovanou skupinou jsou osoby v sociální nouzi (11,5 %) a příslušníci národnostních menšin (9,6 %)¹.

Z oslovených neziskových organizací bylo nejvíce zaměřeno na tři stěžejní oblasti. Stejný procentuální podíl uvedlo zaměření na sportovní a kulturní aktivity, jen těsně za nimi (42,3 %) se jich zaměřuje na sociální služby. Především v menších obcích na Opavsku se zaměřují hlavně na kulturní a sportovní vyžití. Přibližně necelá pětina neziskových organizací se věnuje osobám se zdravotním postižením a aktivitám spojeným s životním prostředím. Nejméně jsou zastoupeny aktivity spojené s náboženstvím a církevním zaměřením, aktivity s mezinárodním dosahem a aktivity spojené se vzděláním a výzkumem. Při mapování působnosti organizace téměř polovina sledovaných organizací uvedla, že má svoji působnost v regionu svého sídla. 38,5% jich soustřeďuje svou činnost v místě sídla, tedy obvykle v obci. Celostátní působnost uvedlo 7,7 % organizací a nadnárodní 5,8 %.

Jaké zdroje filantropické i veřejné neziskové organizace využívají?

Jako jeden z indikátorů byl sledován odhadovaný podíl darů pro neziskové organizace ve srovnání s finančními zdroji získanými od státu. Přibližně čtvrtina organizací nepočítá se zdroji od sponzorů a je zcela závislá na státní podpoře. K tomu třetina získá pouze 10% svých finančních zdrojů od dárců; celkem tedy 60% organizací je zcela závislých na financování státem. Asi pětina organizací může vykazat, že dary tvoří v jejich financování polovinu a výše. Jak již bylo dříve v této zprávě zmíněno, převažují finanční dary nad jinými formami pomoci, přičemž dary přichází v malé převaze od firem spíše než od jednotlivců. U individuálních dárců však není vyloučeno, že se změnou občanského zákoníku, kdy je možné věnovat v závěti finanční částku ve prospěch neziskové organizace, se objeví více darů této skupiny podporovatelů. Ve většině menších obcí nejsou větší firmy, proto darované částky mají nižší hodnotu a naprosto převažuje nepravidelnost zdroje, spíše má charakter jednorázového příspěvku. Při specifikaci cílové skupiny, na které se organizace zaměřují a které byly podpořeny, se potvrzují dříve uvedené skutečnosti. Pro peněžní i nepeněžní dary platí, že jsou především určeny pro děti (i se zdravotním postižením), seniory a zdravotně postižené. Nejméně darů je směřováno osobám v sociální nouzi a rizikovým skupinám dětí a mládeže. Přibližně jedna čtvrtina peněžních darů je určena bez specifikace, pro celou veřejnost, do níž však můžeme zahrnout i všechny skupiny, které byly specificky vyčleněny.

Výzkum zaměřený na neziskové organizace potvrdil také nižší míru dobrovolnické činnosti (zmiňuje pouze 20 organizací), ukázalo se, že samotné dotázané neziskové organizace nemají přehled o počtech odpracovaných hodin a charakteru dobrovolnické práce. Potvrzuje se, že přes pozitivní vnímání dobrovolné práce v obecné rovině není tento fenomén v našem regionu ještě příliš běžný. Z jiných alternativ se objevilo jednorázové poskytnutí poradenství a odborná pomoc. Často je poskytnuto zázemí a odborná pomoc v souvislosti s podporou obecního úřadu.

¹ celkový součet neodpovídá sumě sledovaných organizací (100 %)

Zdroje dotačních fondů

Při zkoumání zdrojů dotací využívají obvykle jejich kombinace, mnohdy je jednoznačné vyčíslení podle zástupců neziskových organizací obtížné. Největší podíl v dotacích ukazuje na dotační systémy obcí, měst a krajů. Přibližně třetina organizací je schopna obstarat finance také z různých výzev ministerstev České republiky. Nadací a nadačních fondů využívá 17,3 % dotázaných neziskových organizací. Potvrdil se i předpokládaný nízký podíl Evropského sociálního fondu a dalších zahraničních zdrojů. Nasměrování financí přicházející z dotací se mírně liší od peněžních a nepeněžních darů. Zatímco ty byly určeny většinou občanů nebo věkově nespécifikovaným cílovým skupinám, pro které jsou dotace taky určeny, jsou ve vyšší míře dotace využívány právě pro část občanů vykazující určité problémy – osoby se zdravotním postižením, osoby v sociální nouzi, rizikové skupiny dětí a mládeže a příslušníci národnostních menšin.

Závěry poukazují na nutnost **respektovat dynamický vývoj ve všech oblastech** – v neziskové sféře i veřejné a státní správě. Ve výzkumu se opakovaně objevovalo téma komunitního plánování sociálních služeb, které se v současné době týká všech obcí II. a III. typu v MSK, Opavu nevyjímaje a které vytvořilo vhodnou platformu pro společnou diskusi všech subjektů zapojených do sociálního systému určitého regionu. V této chvíli město Opava realizuje **komunitní plánování** pouze v rámci města a městských částí, ale na základě zájmu okolních obcí nevyklučuje vstřícné kroky k podpoře plánování sociálního systému i v těchto menších obcích. Téměř všichni opavští poskytovatelé sociálních služeb pochopili, že zapojení do práce v rámci plánování a účast v komunitním plánu je pro ně přínosná v řadě ohledů, jako zdroj potřebných informací, jako prostor pro komunikaci a spolupráci a v neposlední řadě napojení na dotační mechanismus města. Aby udržely jednotlivé složky krok, nezbyvá než se přizpůsobit, a to jak ve svém propagování, tak v práci samotné. Adaptace na rychle měnící se prostředí je spojena se sociálním kapitálem neziskových organizací. Svou kreativitou, zaujetím pro věc a hledáním optimálních cest mohou usnadnit cestu k finančním zdrojům. Fokuse skupiny ukázaly zkušenost neziskových organizací, která reflektuje Opavany jako „empatické lidi se zájmem o okolí“, které je však nutné vhodnou formou oslovit. Proto je velmi důležité, aby rozvíjely svá oddělení „**public relations**“, které vyžadují nanejvýš kreativní přístup. Získávání peněz má ve větších neziskových organizacích za úkol fundraiser. Tuto funkci mnohdy zastává nejmladší člen v týmu, který nemá žádné zkušenosti a většinou ani znalosti či dovednosti nutné pro výkon **fundraisingu**. Nedostatek znalostí a dovedností sebou přináší pocit zklamání, neúspěšnosti a dojem, že „stále musí někoho o něco prosit“. Ukázalo se, že samotné neziskové organizace vnímají své rezervy v komunikaci na všech úrovních. Webová prezentace je jenom jednou z možností prezentace. Nejdůležitějším komunikačním kanálem by měla být **média**, a to především média lokální, působící v regionu, kde působí organizace. Především je potřeba klást důraz na pravidelnost informací o aktivitách organizace, které zveřejňují na různých kanálech. Jednorázový článek je málo efektivní. I když se může zdát zajímavější větší rozsah celostátních médií, pro činnost neziskové organizace v obci jsou mnohem zajímavější ty informační kanály, které jdou k nejbližšímu klientovi – tedy regionální tisk, ale i různé zpravodaje, místní časopisy, třeba i časopisy školní. Zatím stále podceňovaný se ukázal také koncept sociální odpovědnosti firem. Zde se otvírá

veliký prostor pro vzájemnou komunikaci a podporu neziskového sektoru. Již zmíněné komunitní plánování je vhodným prostředím, kde se problémy neziskového sektoru (a potažmo cílových skupin) a donátorské záměry firem mohou (a dle našeho názoru by měly) potkávat.

Jakou roli hraje samospráva ve filantropických aktivitách?

Vlastním šetřením bylo výzkumem osloveno 36 zástupců samospráv obcí, které spadají do rozšířené působnosti ve správním obvodu Opava, včetně příměstských částí. Sledovalo se především získávání zdrojů financování rozvojových aktivit a čerpání dotací. Zamýšlené mapování zdrojů od jednotlivců a firem nepřineslo očekávané výsledky, které by měly vypovídající hodnotu. Většina zástupců samospráv uváděla, že nemají možnost přesné údaje vyjádřit. Rozpočet obce je tvořen dotací od státu, která má několik ukazatelů (počet obyvatel a rozloha obce patří mezi ty základní). Tato složka je nároková, připadá obci bez žádosti. Dalšími zdroji jsou dotační zdroje, o které je potřeba žádat. Podle zástupců samospráv je jejich jednoznačné vyčíslení pro samosprávu obtížné, protože se kombinují zdroje z ministerstev, MSK a Evropské unie, v naší oblasti jde často o zdroje z přeshraniční spolupráce.

Tabulka č. 2: Zdroje financování rozvojových aktivit obce v roce 2013.

	Počet samospráv	V procentech
Vlastní prostředky	28	77,8
Dotační zdroje MSK	21	58,3
Dotační zdroje EU	20	55,6
Dotační zdroje CR	15	41,7
Firemní dárcovství	11	30,6
Jedinci	6	16,7

Spolupráce s firmami má různou podobu. Pokud má firma sídlo v obci/městě, měla by obec mít k dispozici přibližně čtvrtinu zisku z dané firmy. Částku však obec dostává společně s nárokovými financemi, takže je obtížné pro obec čitelné, kolik od firmy do rozpočtu přišlo. Z údajů lze vyčíst, že firemní dárcovství vykazuje necelá třetina obcí. Mnohé z nich poukazují na to, že v jejich obci nejsou větší podnikatelské subjekty, ale jen živnostníci. V menších obcích je tato spolupráce založena spíše na výpomoci a menších finančních částkách. Přesto ji ale v komentářích označují za „velmi dobrou, chvályhodnou, oboustranně výhodnou, podporující chod obce, bez bariér, živnostníci vždy vyhoví“. V mnoha případech se uvádí, že spolupráce je zaměřena na kulturní, sportovní a společenské akce – nejčastěji příspěvky do tomboly na obecním plese, spoluúčast na pořádání školních akcí, výstav a podpora spolků, které pořádají akce pro veřejnost, ať už se jedná o děti nebo seniory. Ve statutárním městě Opava funguje pracovní skupina „Podpora podnikání v Opavě“, která se zaměřuje na spolupráci s významnými institucemi - jako je Úřad práce, Okresní hospodářská komora - s cílem vytvářet lepší podmínky pro začínající i stávající podnikatele. Jako spolupráci na dobré úrovni označují spolupráci s podniky TEVA, Ostroj a Ferram.

V případě města Opavy můžeme v letech 2010-2014 pozorovat narůstající zájem žadatelů o poskytování sociálních a souvisejících služeb z rozpočtu města. Požadavky organizací vždy převyšují reálně přidělené dotace. Celkově rozdělená částka se navíc v roce 2014 snížila, zatímco žadatelů bylo nejvíce – proto byly vyplácené částky reálně nižší.

Tabulka č. 3: Návrh dotací na poskytování sociálních a souvisejících služeb z rozpočtu Statutárního města Opavy.

Rok	Počet žadatelů	Požadavek v Kč	Částka v Kč
2010	23	-	12 595 000
2011	23	16 397 971	12 696 900
2012	26	19 671 856	14 634 556
2013	28	19 198 716	14 129 273
2014	33	18 030 488	13 556 250

Zdroj: Interní materiály Statutárního města Opavy, vlastní zpracování.

Při sledování konkrétních žadatelů můžeme získat přehled, kolik financí požadují od města a navíc je známa i částka celého rozpočtu v Kč, takže je k dispozici i procentní podíl, který organizace po městě vyžaduje. V případě jednotlivých organizací se výrazně liší – nejnižší dotaci města pro svoje projekty požaduje Středisko rané péče (1 %), které však svým sídlem nespadá pod Opavu (působení v Opavě je okrajové), a okresní organizace Svazu tělesně postižených v ČR (2,36 %). Nejvyšší podíl financování městem je požadován Slezským klubem stomiků Opava o.s. (46,51 %) a oblastní pobočkou sjednocené organizace nevidomých a slabozrakých - (46,40%), i když absolutní hodnota příspěvku je nižší (požadavek 20 000 Kč a 120 000 Kč, reálná výška dotace 4 750 Kč a 110 000 Kč). Jednoznačně největší dotaci získala od města Charita Opava ve výši 7 025 000 Kč na všechny poskytované sociální služby, rozpočet na činnost je 46 656 000 Kč a procentní podíl financování městem dosahuje jen 16%.² Charita Opava je dominantním poskytovatelem sociálních služeb a zajišťuje saturaci oprávněných potřeb řady cílových skupin.

Pokud se zaměříme pouze na seniory, tak se příspěvky, které jsou určeny vysloveně seniorům, dají rozdělit do tří oblastí. Největší položkou je podpora bydlení pro seniory – Domov pro seniory sv. Zdislavy získal v roce 2014 dotaci 617 500 Kč, Vila Vančurova s nadstandardním bydlením 350 000 Kč. Druhá oblast podporuje seniory, kteří mohou zůstat ve svém prostředí. Terénní pečovatelská služba je dotována částkou 570 000 Kč a denní stacionář pro seniory 500 000 Kč. Činnosti pro seniory jsou dotovány městem podstatně menšími částkami – volnočasové aktivity a podpora klubu seniorů se objevuje ve třech požadavcích a dotace se pohybuje od 20 000 Kč do 25 000 Kč. Rozložení financování ukazuje, jak je výhodné udržet co nejvíce seniorů v přirozeném prostředí, protože bydlení a 24 hodinová služba v domovech pro seniory je velmi finančně nákladné jak na provoz tohoto zařízení, tak i na financování obsluhujícího personálu. I když je podpora

² Interní materiály SMO.

terénních služeb také značná, postačuje tato částka na pomoc a služby podstatně vyššímu počtu občanů. Podstatné je, že senioři a osoby se zdravotním omezením mohou setrvat ve svém přirozeném prostředí se zachováním principů tzv. *normality* (zachování běžného rozvrstvení denních činností, sociálních kontaktů, společenských rolí apod.).

Realizace rozvojových aktivit obcí je poměrně úzce spojena se spoluprací samospráv s neziskovými organizacemi a občany. Neziskové organizace našly i ve sledované oblasti své místo, stávají se partnery samospráv, aktivněji se účastní na rozhodování veřejné správy a předkládání návrhů nových řešení. Pro neziskové organizace je důležité navazovat nové kontakty s různými orgány veřejné správy na všech úrovních – od samospráv obcí po odbory magistrátů a radnic, úřady práce, až po spolupráci s krajskými úřady. Zvýšený zájem o činnost organizací posiluje různé formy spolupráce, ať již je to v oblasti finanční, personální, ale i výměna zkušeností, nabídka a rozšiřování služeb. V zapojení podnikatelských subjektů je stále ještě rezerva – mnohdy také proto, že v menších obcích nejsou větší podnikatelské subjekty. V neziskovém sektoru jsou v menších obcích bezesporu velmi aktivní Sdružení dobrovolných hasičů, Červený kříž, Sdružení rodičů a přátel školy, fotbalové kluby, myslivecká sdružení a kluby pro seniory. Můžeme pozorovat také velmi aktivní nově vzniklá sdružení – např. Sdružení maminek Služovice–Vrbka, Kelišky v Malých Hošticích, spolek Vršovjanky ve Vršovcích. Také velmi užitečné je možné pozorovat společné využití webových stránek obce, kde mají prostor i občanská sdružení, resp. se mohou najít odkazy na vlastní webové stránky neziskových organizací.

Při mapování filantropických aktivit, ať už se jedná o peněžní dary nebo dobrovolnickou činnost, lze konstatovat, že stále existují rezervy. Naprosto minimálně se můžeme setkat s vypracovanou strategií k firemnímu dárcovství nebo firemní filantropii. O něco lépe je možné posoudit pravidelné hodnocení přístupu firem ke zlepšování kvality života v obci, i když se týká pouze čtyř samospráv. Odpovědi se mohou interpretovat jako poněkud pasivnější strategie samospráv v této oblasti. Naproti tomu je možné velmi dobře hodnotit vysokou míru zapojení občanů do dobrovolnických aktivit v obci. Velký zájem projevují obce o vybrané skupiny obyvatel – nejvíce o rodiny s dětmi a jen o něco méně se snaží zlepšit kvalitu života seniorům v obcích. Přes 90 % samospráv se zaměřuje na zlepšení kvality života aktivitami, které se zaměřují na ochranu životního prostředí. Překvapivě je velmi nízká účast v soutěži o Cenu hejtmana MSK za společenskou odpovědnost – do ní se přihlásily pouze dvě obce – Otice a Chvalíkovice.

Tabulka č. 4: Vyjádření obcí k vybraným tématům.

	ano	%	ne	%
Vypracovaná strategie k firemnímu dárcovství	1	2,8	35	97,2
Vypracovaná strategie k podpoře dobrovolnictví	1	2,8	35	97,2
Zájem o filantropii ze strany podnikatelů	14	38,9	15	58,3
Zapojení občanů do dobrovolnických aktivit	32	88,9	3	8,3
Pravidelné hodnocení firem ke zlepšení kvality života v obci	4	11,1	29	80,6

Zájem o vybrané skupiny - senioři	31	86,1	4	11,1
Zájem o vybrané skupiny – rodiny s dětmi	32	88,9	2	5,6
Ochrana životního prostředí	33	91,7	2	5,6
Účast v soutěži o Cenu hejtmana MSK za společenskou odpovědnost	2	5,6	34	94,4

Strategie pro spolupráci s firmami se téměř nevypracovávají. Obce jako důvod absence uvádí, že jde o finančně nákladnou záležitost, jejíž využitelnost je sporná. Vychází se především ze strategie rozvoje obce, kterou má vypracovávána většina obcí. Pro spolupráci se velmi osvědčuje neformální setkávání (př. jednou ročně samospráva zorganizuje společný oběd se zástupci větších firem, kde se vzájemně informují, zástupci samospráv seznámí s investičními akcemi obce atd.). Takováto neformální setkání v přátelské atmosféře nastolují prostor pro situace, kdy se vyskytne problém.

Spolupráce s jedinci v běžných podmínkách obce je spíše na úrovni dobrovolnictví, ale prostředníkem zase jsou více neziskové organizace, spolky a sdružení. Jako příklad dobré praxe lze uvést akci vysázení stromořadí v Bohučovicích. Zdá se být přirozeným momentem, že čím menší obec, tím lépe funguje spolupráce mezi občany i samosprávou. Ve městě s rostoucí anonymitou občané více od samospráv očekávají, než se aktivně zapojí. Finanční příspěvky od jedinců se objevují jen při přírodních kalamitách, jako byly povodně. Obec sama nemůže pořádat peněžní sbírku bez souhlasu krajského úřadu. Větší ohlas mají sbírky pořádané s cílem nepeněžních darů, např. sbírka šatstva. Peněžní forma sbírek je zase spíš věcí neziskových organizací, např. Tříkrálová sbírka Charity ČR, ve které se daří shromáždit každoročně poměrně velká finanční částka.

Vzájemná spolupráce neziskových organizací a samospráv se zaměřením na péči o seniory

„Projevují-li členové skupiny vztahy solidarity jeden k druhému, posilují tím solidaritu skupiny jako celku, vytvářejí tím tedy soudržnost této skupiny.“³

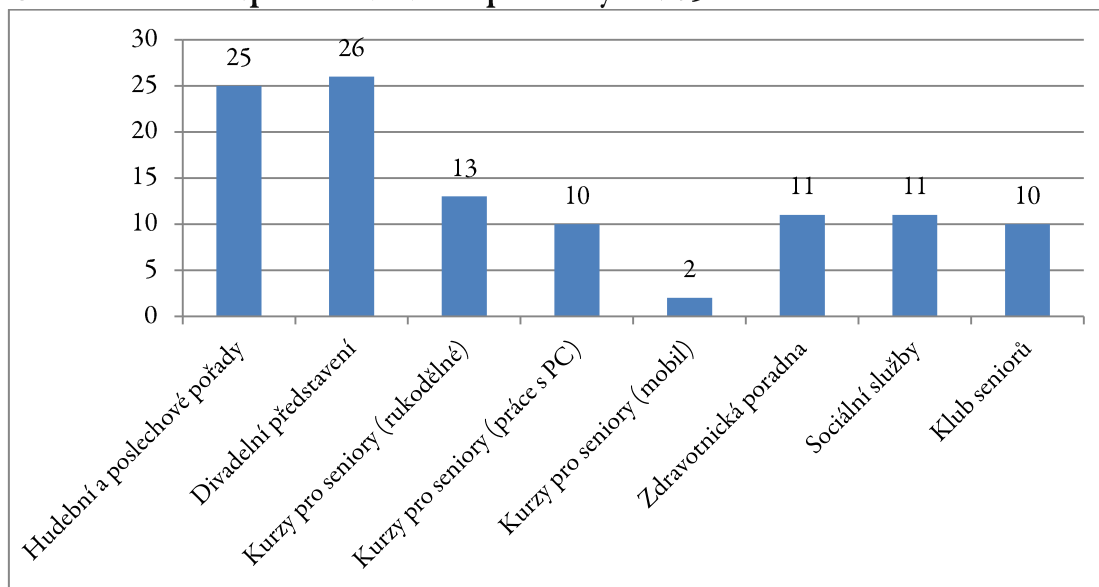
Pokud jsme mapovali poměr seniorů k počtu obyvatel sledované obce, neodkláněl se od údajů v MSK. Demografická ročenka správních obvodů obcí s rozšířenou působností – 2013 údaje o obyvatelích správních obvodů MSK k 31. 12. 2013 udává, že ve správním obvodě Opava bylo na konci roku 2013 evidováno 101 750 obyvatel, z toho obyvatel 65+ bylo 16 986, tj. 16,7 %.⁴ Z dat uváděných v dotazníkovém šetření lze vyčíst, že se zastoupení seniorů nad 65 let věku pohybuje mezi 8 % až 22 %. Při dolním údaji se objevují obce Dolní Životice (12 %), Litultovice (12 %), Oldřišov (12 %), Služovice (12 %), Mikolajice (13 %), naopak vyšší podíl seniorů vykazují obce Raduň (22 %), Chvalíkovice (21 %), Kyjovice (21 %), Skřípov (21 %), Opava–Podvihov (21 %) a Opava (19 %).

³ JEŘÁBEK, H. a kol. Mezigenerační solidarita v péči o seniory. Praha: Sociologické nakladatelství, 2013, s. 22.

⁴ Demografická ročenka správních obvodů obcí s rozšířenou působností - 2013 [cit. 10. 4. 2015]. Dostupné z https://www.czso.cz/csu/czso/130054-14-r_2014-13000.

Aktivity pro seniory se uskutečňují v každé obci. V mnohých z nich fungují kluby seniorů, které se obvykle scházejí jednou měsíčně. Mezi nejčastější aktivity patří kulturní akce, ať už se jedná o divadelní představení nebo hudební pořady a koncerty. Statutární město Opava organizuje předplatné pro seniory do Slezského divadla, umožňuje zvýhodněné jízdné pro seniory, slevy pro bazén, koupaliště, nižší poplatek v knihovnách.

Graf č. 4: Podpora aktivit v obci pro osoby nad 65 let.



Obce mnohdy pořádají setkávání seniorů, eventuálně setkávání jubilantů nad 70 let, také realizují návštěvy a gratulace k jubileím a návštěvy u dlouhodobě nemocných. Rukodělné kurzy pro seniory jsou organizovány ve více než dvou třetinách obcí. Vzdělávací akce pro zvyšování finanční a počítačové gramotnosti a využití internetu organizuje necelá třetina obcí. V Litultovicích mají senioři zjednodušené webové stránky, navíc díky softwaru mají možnost jejich přečtení nahlas. Svoje místo mají také přednášky s různou tematikou, zaměřené na historii obce, správnou životosprávu a další zdravotnickou tematiku, první pomoc, témata související s rizikem kriminality a zajištění vyšší bezpečnosti pro seniory ve spolupráci s policií.

Většina obcí má vypracován strategický plán rozvoje. O problémech a potřebách svých občanů se dozvídají různými způsoby. Je preferován především osobní kontakt se starostou, organizují se setkání s mládeží, podnikateli a živnostníky, besedy se seniory a se spolky. Využívá se také anket, případně telefonické nebo e-mailové komunikace. Velmi vhodné je využití tištěného zpravodaje, kde mohou své příspěvky uplatnit i zástupci neziskových organizací nebo jednotliví občané. Podle zastupitelů samospráv je efektivní provádět cyklicky menší průzkumy veřejného mínění občanů, které se zaměřují na mapování potřeb, očekávání a priorit občanů. Cíle, které se jsou dotazníkovým šetřením zmapovány a následně realizovány, podporují přímou demokracii. Usnadňují zástupcům samosprávy argumentaci při obhajobě zvolených priorit. Ukazuje se, že realizace anket a dotazníkových šetření mezi občany je vhodné propojit s komunitním plánováním v obci, které k tomuto disponuje propracovanou metodikou.

Informační a komunikační prostředí pro filantropii a dobrovolnictví v okrese Opava

Pro analýzu informačního a komunikačního prostředí posloužila část výzkumu „*Aktivní stáří a dobrovolnictví a filantropie očima obyvatel Moravskoslezského kraje*“ realizovaném u respondentů MSK. Byly použity také informace z výzkumného šetření u neziskových organizací.

Moderní technologie v životě obyvatel MSK

Z výsledků analýz vyplynulo, že internet využívá ve své práci nebo ve svém volném čase sedm z deseti dotázaných (69,3 %). Respondenti okresu Opava odpovídají přibližně průměrným hodnotám v rámci kraje. Více využívají internet respondenti z Bruntálu, Karviné a Ostravy. Více využívají internet lidé neseniorského věku a lidé s vyšším vzděláním. K používání internetu se v rámci kraje hlásí zhruba třetina seniorů. Přibližně čtyři respondenti z deseti v MSK už alespoň někdy poskytli finanční dar zasláním DMS (43,3 %), využili internet k tomu, aby získali informace o činnosti nějaké dobrovolné neziskové organizace (40,2 %) nebo získali informace o nějaké dobrovolné neziskové organizaci přímo na jejich webových stránkách (38,3 %). Nejméně často se dotázaní účastnili aktivit, které přes internet organizovala nějaká dobrovolná nezisková organizace (85,3 % nikdy) a využili internet k tomu, aby získali informace o dobrovolnictví (76,3 % nikdy). Z výsledků analýz vyplývá, že za posledních 12 měsíců poskytli zasláním DMS finanční dar nejčastěji obyvatelé okresu Frýdek Místek, obyvatelé Opavy naopak jsou v posílání DMS nejméně aktivní. Pouze necelá dvacetina dotázaných (4,4 %), kteří používají internet, se v posledních 12 měsících věnovala dobrovolné práci pro diskusní skupinu na internetu nebo pro nějaké internetové společenství. Následně byla hodnocena závislost mezi věnováním se dobrovolné práci pro diskusní skupinu na internetu nebo pro nějaké internetové společenství a okresem místa bydliště, vzděláním a skutečností, zda je respondent senior (65+). Nebyla však potvrzena žádná statisticky významná závislost.

Z dotázaných, kteří využívají internet, je v současnosti více než desetina (11,7 %) aktivní v diskusní skupině na internetu nebo v nějakém jiném internetovém společenství. Lze konstatovat, že ve srovnání s celkovým hodnocením jsou aktivnější v diskusní skupině na internetu nebo v nějakém jiném internetovém společenství obyvatelé okresu Opava a Ostrava. Se vzděláním a skutečností, zda je respondent senior (65+) nebyla statisticky významná závislost prokázána. Respondenti, kteří jsou v současnosti aktivní v diskusní skupině na internetu nebo v nějakém jiném internetovém společenství, měli možnost vyjádřit, do jaké míry souhlasí nebo nesouhlasí s vybranými výroky týkajícími se kontaktu s lidmi na síti. Největší míru souhlasu (rozhodně nebo spíše souhlasím) vyjádřili dotázaní téměř stejnou měrou s výroky „na síti mám někoho, s kým se mohu poradit při důležitých rozhodnutích“ (89,5 %), „díky kontaktu s lidmi na síti se zajímám i o to, co se děje mimo můj domov“ (87,5 %) a s výrokem „když se cítím osamělý(á), na síti je několik lidí, s nimiž si mohu promluvit“ (87,5 %).

Využití informačních technologií neziskovými organizacemi

Ve výzkumu mapujícím filantropické aktivity neziskových organizací bylo sledováno, v jaké míře a k čemu využívají neziskové organizace informační technologie. 80 % z nich uvádí existenci vlastních webových stránek, menší organizace mají často svoje prezentace na webových stránkách obce. Tři čtvrtiny neziskových organizací komunikuje pomocí informačních technologií s veřejnou správou. Přibližně dvě třetiny organizací používají elektronické bankovníctví, komunikuje s klienty a taktéž využívá interní komunikaci v organizaci. Nejméně (40 %) se hlásí k využívání sociálních sítí. Zde by bylo vhodné sledovat, jak se situace vyvíjí, zda je možné sledovat výrazný nárůst využití sociálních sítí jako v celé společnosti.

Závěr

Komplexní pohled na filantropické aktivity umožnil získat přehled o situaci na Opavsku v několika rovinách. V první řadě byly získány informace o postojích, filantropických aktivitách, motivaci k dobrovolnictví od samotných obyvatel města Opavy. Výzkumy provedené v celém MSK umožnily cenná srovnání v rámci okresů, ať už se jednalo o aktivity obyvatel kraje starších 18 let nebo pohled seniorů, případně využití informačních technologií. Komplexnost pohledu doplnil také výzkum filantropického chování realizovaný u firem, neziskových organizací a samospráv. Objevila se mnohá pozitivní zjištění, která filantropii na Opavsku podporují. Byly zjištěny však také rezervy a možnosti, jak filantropické aktivity podpořit, které potřeby obyvatel rozvíjet.

Opavané projevují pocit sounáležitosti ke svému okolí. Ve filantropickém chování - darování peněžních nebo nepeněžních darů, včetně zapojení do dobrovolnictví se to však moc neprojevuje. 53 % respondentů Opavska nedalo peněžní dar žádné z neziskových organizací; 82,1 % nedalo žádný nepeněžní dar. Podobně velmi málo z nich pracovalo jako dobrovolníci pro neziskové organizace. Dobrovolná práce, podporující komunitního ducha města, se projevila ve vyšší míře práce pro kulturní a sportovní kluby, pro sbor dobrovolných hasičů apod. Důležitou roli pro občany Opavy hraje především pocit, že lidé, které znají, tedy lidé v jejich okolí, potřebují pomoci. Poměrně překvapivé je zjištění, že nejvíce ze všech okresů je jako motiv vnímáno obyvateli Opavska náboženské přesvědčení na rozdíl od ostatních okresů. Na Opavsku je minimálně podporována dobrovolná práce ze strany zaměstnavatelů. Poměrně hodně výrazný je počet obyvatel Opavska, kteří se domnívají, že je dobrovolnictví často zneužíváno. Také výrazně víc lidí, ve srovnání se MSK, se na Opavsku domnívá, že by pomoc potřebným měla být spíše v rukou státu a ne dobrovolníků. V žebříčku vybraných tří nejčastěji uváděných organizací, které dle jejich názoru zprostředkovávají dobrovolnou činnost pro další organizace, resp. se věnují poskytování sociálních služeb, byly respondenty Opavska jmenovány především Charita Opava, následuje Armáda spásy a Sdružení dobrovolných hasičů.

Co se týče cílových skupin podle potřebnosti ve výzkumu Opavanů se, jako nepotřebnější jevila pomoc osobám se zdravotním postižením, tyto výsledky se shodují s celkovými výsledky pro MSK. Pokud se ovšem zaměříme na okres Opava, na prvním místě se objevuje podpora při seniory a umírající.

Opavští občané, starší 65 let, se poměrně málo hlásí k zapojení do společných aktivit. Většina nenavštěvuje žádné centrum pro seniory. Nejčastěji dotázaní senioři navštěvují Klub aktivního stáří, Univerzitu třetího věku a případně libovolné občanské sdružení. Senioři jsou poměrně aktivní v návštěvách hudebních a divadelních akcí, přednášek, především cestopisných a se zdravotním zaměřením. Poměrně málo seniorů navštěvují počítačové a internetové kurzy.

Téměř polovina dotázaných firem v okrese uvedla, že jejich současnou situaci nejvíce vystihuje tvrzení „pravidelně finančně podporujeme potřebné, kteří nás osloví“. U téměř čtyř desetin firem mají vypracovanou firemní strategii finančního dárcovství. Minimum firem má finanční nadaci. Nejčastěji připadala v úvahu pro firemní dárcovství v roce 2013 oblast sportu a oblast kultury, a to u přibližně poloviny dotázaných firem. Další nejzvažovanější oblastí byla sociální sféra.

Je zajímavé zjištění, že **téměř polovina dotázaných firem se domnívá, že by mohly být více prospěšní obci, městu**. Pozitivním zjištěním je fakt, že tendence filantropické činnosti firem za roky 2010-2012 měla podle jejich výpovědí spíše setrvalou tendenci. Nejčastěji dotázané firmy uvedly, že by filantropii ve městě pomohlo více osvěty v médiích, lepší propagace a větší informovanost.

Zjištěná šetření mapují aktuální situaci, jistě je vhodné výzkumnými aktivitami rozšiřovat možnosti filantropických aktivit a jejich sladění s potřebami obyvatel Statutárního města Opavy i okresu Opava. Všeobecně se jeví jako nutnost potřeba respektovat nesmírně dynamický vývoj ve všech oblastech, jak v neziskové sféře, tak v sociální oblasti (komunitní plánování), tak ve veřejné a státní správě, včetně legislativních změn. Aby udržely jednotlivé složky krok a zajistily zvyšující se kvalitu života občanů ve svých sídlech, nezbyvá než se adaptovat na rychle měnící se podmínky prostředí. Těžiště práce neziskových organizací je v regionu a toto spojení s místem je klíčem i pro vyhledávání jejich zdrojů. Konkrétnost příspěvku, jeho spojení s lokalitou a lidmi, kde občané žijí, je cestou k úspěchu. Proto mohou být úspěšnější malé obce, protože mají lidé k sobě blíž – jsou více pospolitým společenstvím než anonymní společnostmi. Pro činnost neziskových organizací i úspěšný sponzoring je nejdůležitější složka jejich public relations. PR aktivity vyžadují kreativní přístup. Úspěšnost fungování neziskové organizace je spojena s orientací na místní podmínky dané lokality a zviditelnění se v médiích. Nejdůležitějším prvkem je zviditelnění se pro různé skupiny, což může oslovit jak firmy, tak jednotlivce ve všech formách filantropických aktivit. **Požadavek vyšší informovanosti o filantropii v médiích se objevil v mnoha rovinách – informace pro firmy, informace pro seniory o sociálních službách, informace o komunitním plánování**. Úspěšná je zkušenost Charity Opava, která i díky pravidelnému mediálnímu zviditelnění zejména v regionálním tisku získala titul Neziskovka roku 2014.

Pro společenskou strategii podpory snižování sociální diferenciací je nezbytná spolupráce samospráv obcí a měst s neziskovými organizacemi. Je pozitivní, že i náš výzkum potvrdil, že spolupráce je ve většině sídel považována za nezbytnou a hodnocena jako velmi dobrá. Samospráva a neziskové organizace se vnímají jako partneři, nikoliv jako soupeři. Kromě zlepšené komunikace a výměny informací, včetně společného využívání webových stránek se často využívají i vzájemné služby, např. na poli poradenství a vzdělávání. Tato vzájemná spolupráce následně pak posiluje pozici neziskových organizací při žádání o dotace, event. při získání grantů a projektů.

Tato koexistence samosprávy a neziskových organizací by neměla být zatížena byrokratickými postupy, ale měla by naplňovat vzájemné efektivní a transparentní vztahy. Je pozitivní, že již můžeme pozorovat, že neziskové organizace a samosprávy nefungují jako nezávislé

nebo soupeřící strany, ale kooperující subjekty, které se navzájem neohrožují a společným úsilím přispívají k lepší kvalitě života občanů ve svém působišti.

Metodologické zhodnocení

Účelem projektových aktivit bylo provést mapování filantropického chování v MSK, resp. na Opavsku. Metodika sociologicky zaměřených výzkumných aktivit vychází z kombinace kvantitativní a kvalitativní výzkumné strategie. Kvantitativním výzkumným postupům předcházela rozsáhlá kvalitativní studie, zahrnující sběr informací pomocí polostandardizovaných rozhovorů a fokusových skupin, zaměřených na zaměstnance neziskových organizací a také samospráv.

Pilotní studie

Cílem pilotní studie bylo identifikovat základní témata a indikátory v problematice dobrovolnictví a filantropie v opavském regionu. Tyto klíčové informace byly následně využity při stanovení výzkumných hypotéz a výzkumných úkolů, i při tvorbě výzkumných nástrojů (standardizované rozhovory a dotazníky). Podařilo se tak doplnit kvantitativní optiku přístupem, který dává větší prostor perspektivě dotazovaných osob.

V rámci pilotáže byly použity kvalitativní metody:

- polostrukturované rozhovory s experty,
- focus group.

Dvě tematicky zaměřené fokusové skupiny (dobrovolníci pracující v dobrovolnickém centru a zástupci neziskových organizací) proběhly dle standardních pravidel pro tuto výzkumnou metodu. Byly řízeny facilitátorem, zúčastnil se jich přiměřený počet osob, trvaly 1,5 hodiny.

Základní schéma realizovaných fokusových skupin:

- úvodní slovo seznámení s hlavním tématem (dobrovolnictví a filantropie),
- „seznamovací kolečko“ – krátké představení účastníků,
- hlavní část – řízená diskuse na určená témata,
- závěr – vyčerpání tématu, shrnutí výsledků diskuse.

Záznamy z fokusových skupin byly přepsány a zpracovány obsahovou analýzou. Závěrečná syntéza poznatků posloužila jako baterie informací pro tvorbu výzkumných hypotéz a otázek do výzkumného formuláře.

Hlavní výzkumná část: kvantitativní výzkumná strategie

Vzhledem ke složitosti cílů byla provedena operacionalizace, výzkumné problémy byly převedeny do měřitelných znaků. Následně bylo využito metody terénního výzkumu v kombinaci se statistickými metodami testování závislostí.

Výsledky výzkumů lze jednoznačně považovat za validní, vzhledem k reprezentativnosti výsledků šetření i vzhledem k volbě přiměřených metod a technik sběru dat. Pro výběry vzorků respondentů sociologických výzkumů byla stanovena metoda kvótního výběru s jasně stanovenými kvótními znaky nebo záměrný výběr. Východiskem pro konstrukci výběrových souborů byla aktuální data ČSÚ. Primární data (z výzkumných formulářů) prošla vstupní a logickou kontrolou.

Kontrola byla podrobena také primární data v matici dat, která byla před zahájením analýzy vyčištěna, a volné otázky byly kategorizovány. Analýzy byly realizovány s využitím softwaru SPSS pro hromadnou analýzu statistických dat. Data byla analyzována s ohledem na kontext s využitím třídění prvního stupně, resp. primární deskripce souboru dat a následně graficky znázorněna. V rámci třídění druhého stupně byly využity kontingenční tabulky, které jsou vhodným nástrojem ke hledání vztahů mezi dvěma proměnnými. Závislost mezi proměnnými byla hodnocena především pomocí Pearsonova χ^2 testu a korelačního koeficientu Cramerovo V, pro interpretaci jeho hodnot byla použita Vauseho tabulka. V nutných případech bylo k testování využito také Mann-Whitney U testu (neparametrický test pro dva nezávislé výběry) a Kruskal Wallis test (test pro jednoduchou analýzu rozptylu). Testování proběhlo na hladině významnosti 0,05. Soubor vyhodnocených dat byl následně zpracován a interpretován vzhledem k výzkumným cílům.

Ještě jednou je potřeba zdůraznit vysokou validitu všech výsledků vzhledem k volbě metod a také velikosti a výběru respondentů.

Základní údaje o realizovaných sociologických výzkumech

Výzkumy v rámci šetření ve Statutárním městě Opava

„Opavané a dobrovolnictví“

Cíl: analýza dobrovolné činnosti občanů města Opavy, jejich postojů k této činnosti, celkového klimatu pro tuto činnost a deskripce potřeb cílových skupin.

Pilotáž: kvalitativní metoda

- polostrukturované rozhovory s experty,
- focus group (dobrovolníci).

Hlavní výzkumná část: kvantitativní výzkumná strategie.

Metoda: terénní výzkum v kombinaci s matematicko-statistickou metodou.

Technika sběru dat: standardizovaný rozhovor (technika „face to face“).

Základní soubor: obyvatelé Opavy starší 16-ti let.

Výběrový soubor: 666 respondentů, technika kvótního výběru (kvótní znaky: pohlaví, věkové a vzdělanostní kategorie a místo bydliště).

Analýza dat: třídění 1. stupně – absolutní, relativní četnosti, modus, grafické znázornění.

„Aktivní stáří a dobrovolnictví a filantropie očima obyvatel Moravskoslezského kraje“

Cíl: filantropické aktivity obyvatel Opavy, klima pro filantropické aktivity, deskripce potřeb primárních a sekundárních cílových skupin, analýza informačního a komunikačního prostředí pro filantropii a dobrovolnictví v okrese Opava.

Výzkumný postup: kvantitativní výzkumná strategie.

Metoda: terénní výzkum v kombinaci s matematicko-statistickou metodou.

Technika sběru dat: standardizovaný rozhovor (technika „face to face“).

Základní soubor: dospělí občané (starší 18 let) žijící ve v obcích MSK (okresy Karviná, Ostrava, Opava, Bruntál, Frýdek- Místek a Nový Jičín).

Výběrový soubor: 602 respondentů, technika kvótního výběru,

kvótními znaky byla ORP, pohlaví, věkové kategorie a dosažené vzdělání respondentů.

Okres Opava byl zastoupen 75 respondenty (12, 5 %).

Analýza dat: třídění 1. a 2. stupně, Pearsonův χ^2 testu, korelační koeficient Cramerovo V (Vauseho tabulka). Testování proběhlo na hladině významnosti 0,05.

„Firemní filantropie“

Cíl: zjistit (na základě regionálního rozložení firem, jejich odvětvové orientace a velikostní kapacity) a provést deskripci postojů firem k firemní filantropii, a to jak peněžního, tak i nepeněžního dárcovství, mj. i s větším akcentem na popis způsobů zapojování zaměstnanců do firemní filantropie a taktéž na podporu individuálního dárcovství zaměstnavatele.

Hlavní výzkumná část: kvantitativní výzkumná strategie.

Metoda: terénní výzkum v kombinaci s matematicko-statistickou metodou.

Technika sběru dat: standardizovaný rozhovor (technika „face to face“).

Základní soubor: firmy v MSK.

Výběrový soubor: 300 subjektů z hlediska vybraných znaků: okres, velikost firmy a převažující ekonomická činnost (rozložení znaků odpovídá MSK). Okres Opava byl zastoupen 62 firem.

Analýza dat: třídění 1. a 2. stupně, Pearsonův χ^2 test pro testování závislosti kategoriálních dat (hladina významnosti 0,05), korelační koeficient Cramerovo V (Vauseho tabulka), Mann-Whitney U test⁵, Kruskal Wallis test⁶.

„Výzkumné šetření neziskových organizací a samospráv na Opavsku“

Cíl: mapování filantropických aktivit, mapování sponzoringu a spolupráce u neziskových organizací a samospráv na Opavsku.

Pilotáž: kvalitativní metoda

- polostrukturované rozhovory s experty,
- focus group (dobrovolníci, zaměstnanci NO).

Hlavní výzkumná část: kvantitativní výzkumná strategie.

Metoda: terénní výzkum v kombinaci s matematicko-statistickou metodou.

Technika sběru dat: dotazník.

Základní soubor: neziskové organizace, samosprávy obcí Opavska.

Výběrový soubor: 52 neziskových organizací na Opavsku, 36 samospráv obcí ve správním obvodu Opava⁷, použit záměrný výběr.

Analýza dat: třídění 1. stupně – absolutní, relativní četnosti, modus, grafické znázornění.

⁵ Jedná se o neparametrický test pro dva nezávislé výběry. Nulová hypotéza předpokládá, že rozdělení sledované proměnné v obou skupinách je totožné. Srovnává se každé měření z první skupiny s každým měřením z druhé skupiny. Přitom se zjistí, kolikrát toto srovnání dopadne ve prospěch druhé skupiny.

⁶ Jedná se o test pro jednoduchou analýzu rozptylu, používá se v případě, že nemůžeme vycházet z předpokladu, že měření jsou normálně rozdělená. Důležité je pouze spojitě rozložení náhodných výběrů. Nulová hypotéza předpokládá, že měření ve skupinách mají stejné mediány.

⁷ Branka u Opavy, Budišovice, Dolní Životice, Hlavnice, Hlubočec, Hněvošice, Holasovice, Hrabyně, Chlebičov, Chvalíkovice, Jakartovice, Jezdkovice, Kyjovice, Lhotka u Litultovic, Litultovice, Mikolajice, Mladecko, Mokré Lazce, Neplachovice, Nové Sedlice, Oldřišov, Opava, Městská část Komárov, Městská část Malé Hoštice, Městská část Podvihov, Městská část Vávrovice, Městská část Vlaštovičky, Otice, Pustá Polom, Raduň, Skřipov, Slavkov, Služovice, Uhlířov, Vršovice.

Seznam grafů a tabulek

Graf č. 1: Důvod pro motivaci k dobrovolné práci

Graf č. 2: Orientace firemního dárcovství v roce 2013

Graf č. 3: Klíčové cílové skupiny firemního dárcovství v roce 2013

Graf č. 4: Podpora aktivit v obci pro osoby nad 65 let

Tabulka č. 1: Výše poskytnutých darů firmami v roce 2013

Tabulka č. 2: Zdroje financování rozvojových aktivit obce v roce 2013

Tabulka č. 3: Návrh dotací na poskytování sociálních a souvisejících služeb z rozpočtu statutárního města Opavy

Tabulka č. 4: Vyjádření obcí k vybraným tématům