

Dárcovství a filantropie firem a individuálních dárců

Dílčí studie pro Koncepti politiky vlády vůči nestátním neziskovým organizacím do roku 2020

Zpracovala: Mgr. Pavlína Kalousová

Zacílení studie:

Studie se jako pracovní podklad pro Radu vlády pro nestátní neziskové organizace měla zaměřit zejména na:

- vývoj a současný stav dárcovství firem včetně vývojových trendů
- vývoj a současný stav dárcovství individuálních osob včetně vývojových trendů
- veřejné sbírky jako nástroj pro individuální dárcovství
- transparentnost – certifikace, značka kvality, etické kodexy a jejich role v procesu soukromého dárcovství
- stávající legislativní podporu soukromého dárcovství
- návrhy na opatření státu v podpoře individuálního dárcovství a problematikou daňových asignací jako možností státní politiky k podpoře dárcovství.

Vývoj a současný stav dárcovství individuálních osob

Ke každoročním finančním příspěvkům na charitu se hlásí necelých 20 % Čechů. Níže už je jen Turecko (7 %), Kolumbie (13,5 %) a Německo (17%). Naopak nejštedřejšími dárci jsou Švédové (46 %), Holanďané (44 %), Indové a Britové (40 %). Počet lidí, kteří se věnují dobrovolnictví a počet lidí, kteří současně věnují dobročinným účelům svůj čas i své peníze, je v Čechách také nižší než ve většině ostatních zemí. Nad celkovým průměrem se Češi naopak pohybují, pokud jde o pomoc ve formě poskytování ošacení či potravin. Tuto formu pomoci uvádí 12 % dotázaných Čechů (celkový průměr je 9,5 %).

Průměrná výše ročního finančního příspěvku Čechů je ve srovnání se zahraničím podobná - pohybuje se mezi 1 a 200 EUR. Maximální částka, kterou jsou ochotni Češi poskytnout, se pohybuje v rozmezí 501 – 1000 EUR ročně, a to se týká přibližně půl procenta dotázaných Čechů. Nejvyšší podíl lidí, kteří plánují poměrně vysoké výdaje na charitu (více než 2500 EUR), je v USA.¹

Češi kopírují také rozšířenou evropskou tendenci v zaměření dárcovství: nejvýrazněji podporované charitativní projekty se týkají pomoci dětem, chudým lidem a pomoci při katastrofách (zde je Česká republika na první příčce žebříčku, ochotu pomoci při katastrofách deklaruje 50 % Čechů oproti evropskému průměru 20 %) Výjimku tvoří výzkumy v oblasti medicíny.

Vzhledem k tomu, že většina českých neziskových organizací ve svých výročních zprávách vykazuje dary od firem i jednotlivců souhrnně, je poměrně obtížné zjistit skutečný objem individuálního dárcovství. Vzhledem k tomu, že dary jednotlivců (zejm. formou pravidelné měsíční platby) jsou méně citlivé na aktuální hospodářskou situaci než charitativní příspěvky firem, je možné předpokládat, že trend růstu bude pokračovat i přes obecně nepříliš příznivou ekonomickou situaci. V každém případě je vybudování masivní základny individuálních dárců pro neziskové organizace potenciálně velmi stabilním zdrojem příjmů.

¹ Tento údaj sdělilo 84 % českých respondentů v rámci výzkumu o charitě, který realizovala GfK Verein ve spolupráci s Wall Street Journal Europe (WSJE) na jaře 2011. Zúčastnilo se ho 13 950 lidí starších 15 let ze 14 zemí.

I když dochází k pozvolnému růstu objemu darů poskytnutých jednotlivci, neznamená to, že všechny organizace úměrně těží z tohoto růstu. Naopak tím, jak je získávání zdrojů od soukromých dárců profesionalizuje, roste příjem u neziskových organizací, které mají silný marketing a vybudovanou reputaci.

Veřejné sbírky a další nástroje pro rozvoj individuálního dárcovství využívané neziskovými organizacemi

Veřejné sbírky, tedy získávání prostředků od veřejnosti, patří k jednomu z významných zdrojů financování činnosti nestátních neziskových organizací v České republice zejména od individuálních dárců. Veřejná sbírka je sbírka pořádaná k získávání a shromažďování dobrovolných peněžitých prostředků od předem neurčeného okruhu přispěvatelů pro předem stanovený veřejně prospěšný účel, zejména humanitární nebo charitativní, pro rozvoj vzdělání, tělovýchovy nebo sportu, nebo k zajištění ochrany kulturních památek, tradic a životního prostředí.

Statistiky zachycující ekonomický přínos pro fungování pořadatelů veřejných sbírek nejsou v České republice vedeny, přestože každý provozovatel veřejné sbírky je povinen podávat přehled a vyúčtování veřejné sbírky na příslušný krajský úřad. Schopnost získávat finanční prostředky prostřednictvím veřejných sbírek lze tak pouze odvozovat od frekvence pořádání veřejných sbírek či z průměrných výnosů největších pořadatelů veřejných sbírek z řad neziskových organizací ve srovnání s ostatním typem dárcovství. Stejně tak lze odvozovat, že veřejné sbírky tvoří klíčový nástroj pro financování i pro budování reputace neziskových organizací jako důvěryhodných pořadatelů veřejných sbírek.

Tradičně mezi nestátní neziskové organizace s nejvyšším výtěžkem z veřejných sbírek patří Tříkrálová sbírka, pořádaná každoročně Charitou ČR, která za rok 2014 vykázala výnos ve výši 82,3 milionů korun. Sbírková akce Nadačního fondu Českého rozhlasu Světluška více než 22 milionů korun, Český den proti rakovině s výnosem zhruba 15 milionů korun, projekt Možná přijde i charita Konta Bariéry s výnosem 15,5 milionů korun, sbírkový projekt Pomozte dětem s výtěžkem za rok

2014 přes 7 milionů korun. Tradičně z výnosů veřejných sbírek fungují některé humanitární projekty, například Člověka v tísní, ADRY a dalších.

Jednou z nově se rozvíjejících forem dárcovství je forma on-line darů. V České republice existují 3 hlavní dárcovské portály, Darujsprávně.cz spravovaný Fórem dárců, Modrýživot.cz provozovaný ČSOB a Darujme.cz Nadace Via. Poslední jmenovaný nepožaduje od neziskových organizací oslovujících veřejnost s žádostí o dary splnění podmínky registrace veřejné sbírky. Prostřednictvím těchto on-line dárcovských portálů se v loňském roce vybralo pro neziskové organizace více než 43 milionů korun. Dárci si mohou vybrat jednorázové platby platebními kartami, platby prostřednictvím aplikace v chytrých telefonech MasterCard Mobile a pomocí platebních karet, nebo klasické on-line platby z účtů u ČSOB, Ery (v případě portálů Darujsprávně.cz a Modrýživot.cz), či České spořitelny a PayU (u portálu Darujme.cz) pomocí platby kartou nebo rychlým převodem. Využití mohou také QR kódů a Smartbankingu, či on-line platby z elektronické peněženky PaySec.

Významnou část příspěvků pro neziskové organizace, v rámci veřejných sbírek, tvoří dlouhodobě také dárcovské SMS, provozované Fórem dárců ve spolupráci s mobilními operátory. V roce 2013 dárce poslali nestátním neziskovým organizacím do veřejných sbírek celkem 1 294 409 dárcovských SMS a přispěli tak na různé neziskové projekty téměř 36 milionů korun. Oproti roku 2012 tak lidé v loňském roce poslali o více než třetinu dárcovských SMS více.

Většina příspěvků je ale, zdá se, zatím formou jednorázových darů. Podle výsledků portálu Darujme.cz je 75 %, oproti 25 % opakovaných darů. Podle statistik Fóra dárců však pravidelné dárcovství využívají dárce i neziskové organizace stále více, oproti roku 2012 došlo k navýšení takto získaných financí více než tři čtvrtiny.

V anketě k dárcovství zjišťovalo v březnu 2014 Fórum dárců zkušenosti samotných nestátních neziskových organizací z pohledu získávání finančních prostředků. Z výsledků vyplývá, že online dárcovství, ať již na běžné, či sbírkové účty organizací, spolu s dárcovskými SMS, má mezi neziskovými organizacemi prioritu.

Dalším moderním nástrojem, který se začíná pomalu rozvíjet i mezi českými neziskovými organizacemi je tak zvaný “peer to peer fundraising”. Ten je v zahraničí velmi oblíbeným způsobem získávání finančních prostředků pro charitu, a funguje tak, že jednotlivec uspořádá kampaň, případně akci, v rámci které vybírá finanční prostředky pro konkrétní neziskovou organizaci či projekt. Typicky se jedná například o účast v běhu a odevzdávání peněz za startovné, finanční matching vybrané částky peněz za uběhnutý kilometr nebo třeba oslovování přátel a spolupracovníků, aby přispěli na nemocnici, ve které se uzdravil příbuzný apod.

Mimo režim veřejných sbírek, tedy i za jiných finančních podmínek, se objevují kampaně využívající nástroje crowdfundingu. Ty jsou založené na oslovování veřejnosti a nabízejí za „protihodnotu“ možnost spolufinancovat konkrétní projekt nebo dílo. Crowdfunding není určen pouze pro neziskové organizace, využívají jej i jednotlivci a firmy k financování různých projektů v oblasti kultury, publikační činnosti či volného času.

Vývoj a současný stav dárcovství firem včetně vývojových trendů

Firemní dárcovství je kombinace možných přístupů podpory neziskových organizací a nejen těch. Firemní dárcovství nemusí znamenat jen jednorázové převedení peněz ve prospěch veřejně prospěšné organizace. Firmy mohou dávat také věcné dary, případně poskytovat zadarmo nebo za výhodné sazby různé služby, které jinak nabízejí komerčně. Firmy se mohou angažovat také v oslovování dalších přispěvatelů do neziskových projektů. Začíná být běžné, že, krom zaměstnanců, oslovují své zákazníky či firemní partnery. Například mezinárodní čísla udávají, že firmy jsou schopné od zákazníků pro podporu neziskových organizací získat více než dvakrát vyšší částku než od svých zaměstnanců. V České republice je zapojení zákazníků také na vzestupu a firmy se postupně zapojují do sociálně marketingových programů. Čísla však zatím chybí.

Sbírky mezi zaměstnanci firem

Potenciálem v rámci sbírkové činnosti, často však mimo režim veřejných sbírek, jsou sbírky mezi zaměstnanci firem. Ty fungují tak, že firma buď sbírku sama pořádá a následně vybrané peníze či hmotné dary daruje nebo zprostředkuje

zaměstnanci možnost přispět na sbírku nějaké existující neziskové organizace. Výhodou takto pořádaných sbírek jsou rozvinuté komunikační kanály vůči velké skupině lidí, garance ze strany zaměstnavatele i jednoduchost v přispívání. Celkem se mezi dotazovanými firmami ve finančním roce 2013/2014 vybralo 4,7 milionu korun, kterými jejich zaměstnanci přispěli na dobrou věc.² Z ankety vyplynulo, že propracované programy mají především firemní nadace velkých českých společností, jako jsou ČEZ či O2, nebo poboček nadnárodních firem, například farmaceutické společnosti GSK. Do zaměstnaneckých sbírek firmy vkládají organizační i administrativní kapacity, 80 procent společností navíc uvedlo, že je nesmírně důležité, aby zaměstnanecká sbírka nesla právě jméno firmy, která ji pořádá.

70 procent dotázaných firem propojuje sbírkové akce mezi zaměstnanci se svými dalšími aktivitami v oblasti společenské odpovědnosti. Dárcovství prostřednictvím zaměstnavatele se stává čím dál více sdílenou záležitostí. Oproti srovnání s výzkumem, který stejná organizace provedla v roce 2006, vzrostlo sdílení těchto akcí na sociálních sítích o 58 procent.

Tlak na náklady a posun k odpovědnému podnikání

V České republice, stejně jako v zahraničí, roste očekávání, že firemní sektor může významně, krom finanční podpory, pomoci k udržení kvality života v komunitě a životaschopnosti neziskových organizací a jejich činnosti. Zároveň však, na straně firem, sílí tlak na náklady a finanční podpora výrazně nestoupá. V některých oblastech a oborech dokonce v důsledku ekonomické stagnace stagnuje či klesá. Udržení stávající výše podpory neziskových organizací z firemních zdrojů je tak ohroženo. Z řady firem zaznamenáváme obavy, že v důsledku tlaku na snižování nákladů díky nestabilní ekonomické situaci se diskutuje i výše podpory neziskovým organizacím na další období. Vezmeme-li v potaz skutečnost, že řada sledovaných společností má vysokou citlivost na útlum či recesi v ekonomice, jak tomu je u firem napojených na těžký průmysl, může se trendová křivka vývoje darů v dalším období poměrně proměnit.

² Průzkum Fóra dárců mezi firemními nadacemi a nadačními fondy, 2014.

To vše je ve firmách orámováno postupným posunem směrem k CSR a udržitelnému podnikání, které může mít vliv na posun v prioritách firem a potenciálně může znamenat další odklon od podpory neziskovým projektům. To je způsobeno tím, že stále více CSR akcentu je věnováno firemním procesům v oblastech jako je environmentální politika firmy, odpovědný vztah k dodavatelům, zákazníkům a zaměstnancům a podpora komunity je pouze jednou z částí celkového CSR přístupu.

A jaký je současný stav podpory ze strany firem?

Podle provedené analýzy 180 největších firem v České republice se právě finanční dárcovství zdá být na současném maximu. Celkem věnují zkoumané firmy 961 808 580 Kč, z čehož 60 % darují firmy se sídlem v Praze. 56 % firem považuje podporu neziskového sektoru za jednu ze svých prioritních oblastí v rámci celkové strategie CSR.³

Klíčovým poměrovým ukazatelem je také poměr věnovaných darů vůči zisku firem. Podle dostupných údajů vzešlých z analýzy tvoří průměr darovaných prostředků, převážně méně než 1 %. Opět ve srovnání se zahraničím jsou některé společnosti i kraje pod dlouhodobým průměrem. Ten se právě u společností v zahraničí pohybuje mezi 1 – 1,4 %. Každopádně i v zahraničí platí pravidlo, že čím větší společnost, tím nižší procento, které věnuje.

Podpora vzdělávání a sportu

České firmy si za posledních více než 10 let vybudovaly strategičtější přístup k podpoře neziskových projektů, posunuly se směrem k většímu porozumění potřebám společnosti a propojují podporu potřebných projektů s vlastní firemní strategií. K posunu také dochází v tom ohledu, že firmy se již strategicky orientují nejen na projekty s jasnou vizibilitou, ale zaměřují se na oblasti a společenské jevy, které zaznamenávají určitou společenskou potřebu či poptávku.

³ Zdroj: Studie o firemním dárcovství, Pavlína Kalousová pro MPSV, 2013.

Převládá podpora vzdělávání, které firmy považují za strategické s ohledem na své podnikání i zdravý rozvoj společnosti. Mezi vzdělávací aktivity patří například podpora určitého oboru vzdělávání či spolupráce s neziskovými organizacemi, podpora talentovaných studentů v technických oborech, stipendia pro znevýhodněné studenty apod. Mezi vzdělávací aktivity lze řadit i podporu rozvoje a vzdělávání pracovníků neziskových organizací. Podpora vzdělávání je součástí strategie téměř všech velkých společností. Firmy významněji podporují i oblast sportu. Mezi sportovní aktivity firmy v rámci firemního dárcovství řadí zejména podporu amatérského sportu či podporu sportu handicapovaných.

CSR manažeři i jasnější strategie

Roste také profesionalita na straně firem v poskytování pomoci neziskovým organizacím a spektrum forem poskytované pomoci a spolupráce. Firmy již mají formalizovanější přístup ke spolupráci s neziskovými organizacemi, většina ze zkoumaných firem uvádí způsob podpory na svých webových stránkách či v dalších materiálech. Celá řada firem má vyčleněného pracovníka či oddělení, které se problematice věnuje.

Údaje o dárcovství zpracovaná z dat Ministerstva financí

Dalším zdrojem pro posouzení rozsahu a ekonomického přínosu dárcovství pro činnost nestátních neziskových organizací jsou údaje Ministerstva financí ČR. To zpracovává, z pohledu dárcovství, agregované údaje z podaných daňových přiznání fyzických i právnických osob. Za poslední tři roky se takto uplatnění dary vyšplhaly k částce kolem 4 miliard korun. Sledujeme-li tyto údaje detailněji, zjistíme, že individuální dárcovství uplatňované dárce jako odpočet ze základu daně výrazněji nestoupá a ročně se průměrně udržuje kolem objemu 1,5 miliardy korun. Stejný objem můžeme odhadovat i pro rok 2014. Průměrná výše daru na jednoho dárce pak činí mezi 12 000 a 13 000 korunami. Tedy opět za posledních pět let výrazněji nestoupá.

V průměru si snížení základu daně z příjmů fyzických osob o poskytnutý dar v daňovém přiznání uplatňuje 140 000 lidí. Do této skupiny lze uvažovat jak zaměstnance, tak OSVČ.

Poskytnuté dary podle údajů MFČR v daňových přiznání fyzických osob

Rok	Počet dárců	Dary v tis. CZK	Průměr. dar v CZK
2010	116 960	1 510 645	12 916
2011	121 216	1 466 342	12 097
2012	124 096	1 562 470	12 591
2013	135 000	1 500 000	N/A

Poskytnuté dary podle údajů MFČR v daňových přiznáních právnických osob

Rok	Počet dárců	Dary v tis. CZK	Průměr. dar v CZK
2010	17 578	2 460 658	139 985
2011	17 766	2 644 567	148 855
2012	17 571	2 601 867	148 077
2013	19 000	2 500 000	N/A

Rok 2013: Odhad na základě prognózy ze září 2014.

Z údajů za právnické osoby vyplývajících ze zpracovaných daňových přiznání vyplývá, že se opět dárcovství právnických osob nezvyšuje. U firemních dárců je toto tvrzení mnohem blíže skutečné reálné situaci na trhu, neboť většina právnických osob poskytuje dary vyšší hodnoty a uplatňuje si tudíž snížení základu daně.

V průměru se každoroční takto uplatňovaná částka pohybuje mezi 2,4 a 2,6 miliardy korun. Průměrná výše daru pak dosahuje částky mezi 140 000 a 150 000 korunami.

K těmto údajům je, z pohledu úvahy nad podporou činnosti neziskových organizací nutno poznamenat, že do takto vykazovaných údajů se zahrnují veškeré dary, tedy i ty věnované na jiné druhy činností a jiným typům organizací, než těm, které Rada vlády pro nestátní neziskové organizace definuje jako nestátní neziskové.⁴ Součástí statistických přehledů navíc není sledování toho, kam tyto prostředky jdou a jaké typy/povahu darů vlastně reprezentují. Od základu daně si lze u nás odepsat všechny dary, které se poskytnou nejen neziskovým organizacím, ale i organizačním složkám státu, policii, požárníkům, politickým stranám, nemocnicím, školám, církvím a dalším.

Pravdou je, že míra zapojení individuální i firemních dárců se každoročně drží určitého průměru nebo mírně stoupá, nicméně stále nedosahuje běžného standardu v některých tradičních zemích, jako je Velká Británie či Německo. A to i za předpokladu, že ne všichni si své dary daňově uplatní, i za předpokladu, že drobné dary do veřejných sbírek jsou, z povahy věci, spíše mimo tento daňově uznatelný režim.

Zahraníční srovnání

Nejsilnější tradice a kultura dárcovství je ve Spojených státech. Tato tradice je ovšem spojena spíše s jednotlivci než s korporacemi či firmami: 88% veškerých

⁴ Za nestátní neziskové organizace podle definice právního typu považuje RNNO spolky, obecně prospěšné společnosti, ústavy, nadace a nadační fondy, církevní právnické osoby.

darů pochází v USA od jednotlivců a rodin; dary firem tvoří pouze 5% z celkové sumy. Této skutečnosti pak odpovídá i koncentrace velkých filantropů. Deset procent nejbohatších Američanů dává polovinu všech darů, registrovaných ve Spojených státech. Největší procento darů (32.8%) je ve Spojených státech určeno církvím a náboženským organizacím. Důležitým faktorem je skutečnost, že stát zde nehraje – na rozdíl od Evropy – tak silnou roli v otázkách sociálních.

Pokud se týká Evropy, výrazně se soukromé dárcovství rozvíjí například ve Velké Británii. Jestliže typická americká rodina s příjmem nad 200 000 dolarů ročně dává 7,4 % tohoto příjmu na charitu, stejně movitá britská domácnost věnuje pouze 1,2 %. Potenciál Evropy je tedy zřejmý: podle organizace Philanthropy UK stále ještě mohou ti Evropané, kteří dosahují vyšších příjmů, zdvojnásobit své individuální dary – a podle průzkumů se i představitelé těchto skupin domnívají, že “by si to mohli dovolit”.

Transparentnost – certifikace, značka kvality, etické kodexy

Neziskový sektor se stále velice roztříštěný, až na výjimky (například Značka kvality pro nadace a nadační fondy, hodnocení Zdravé organizační řízení nebo pilotovaná Značka spolehlivosti) neexistuje žádná forma kontroly kvality či veřejný rating. Kvalitativní kritéria jsou u neziskových organizací naplňována převážně směrem k orgánům státu při dotačních řízeních. Obdobné standardy by se měly postupně zavádět i pro soukromé zdroje. Připravované nástroje certifikace směřují dobrým směrem, ale více prostředků od firemních či individuálních dárců v nejbližší době nepřinesou, neboť dárcovská politika firem je vedena kvalitou předkládaných projektů, reputací a marketigovou podporou a schopností neziskových organizací poskytovat o sobě relevantní informace. Navíc, v nejbližším období, s ohledem na jejich stádium vývoje a čistě dobrovolném charakteru a relativní neznámosti značek, nezasáhnou plošně potřebný počet neziskových organizací. Právě při naplňování dotační politiky či při grantových výzvách by mohl stát doplnit požadovanou strukturu informací o údaje, které by podpořily transparentnost a reportovací schopnosti neziskových organizací. Klíčové údaje jsou například výše příjmů od firemních a individuálních dárců, výše příjmů z vlastní činnosti, správní náklady apod.

Legislativní opatření podporující soukromé dárcovství

Možnost významněji si uplatnit daňové úlevy poskytuje převážná většina evropských zemí. Všechny země limitují výši nebo formu takovýchto úlev. Některé země, jako je Rakousko, Portugalsko nebo Norsko zvyhodňují dary vybraným kategoriím neziskových organizací, někde podle právních typů, jinde dle definovaných činností. V mnoha zemích jsou daňové benefity navázané na status veřejné prospěšnosti.

Ve většině daňových systémů se omezuje výše odpisovaných darů. Například v Rakousku, Itálii nebo Španělsku nesmí odpisovaná částka přesáhnout 10% hrubého příjmu dárce, v Německu nebo Švýcarsku zase 20%. V Portugalsku je stanovena maximální výše pro firemní dary ve výši 0,8% ročního obrátu korporace. Na druhou stranu, stát podporuje individuální dárcovství ne odpočtem od základu daně, ale přímou slevou na dani. Celková částka, kterou si takto může dárce uplatnit je omezena 25% hodnoty daru do výše 15% celkové daňové povinnosti.

Některé daňové systémy také požadují minimální výši darů pro uplatnitelnost daňové úlevy. Ve Švýcarsku jde například o 100 CHF za fiskální rok, v Řecku je minimum stanoveno na 100 EUR a v Nizozemí není možné uplatnit odečet v případě, že dary nedosáhnou 60 EUR nebo 1% z hrubého příjmu.

Většina zemí také umožňuje odečíst si jak hodnotu finančních, tak materiálních darů s výjimkou například Švédska, kde jsou odpočty možné pouze pro finanční dary. Tyto země pak také stanovují pravidla pro stanovování hodnoty takovýchto darů. Ve Španělsku se například vychází z oficiálního účetnictví firem nebo podnikatelů a z účetní hodnoty poskytovaného daru. Výše odpočtů pak většinou nepřesahuje 10% ze základu daně. V některých zemích se poskytuje daňová sleva místo odpočtu. V Nizozemí si firmy mohou odepsat dary do výše 50% zisku do výše 100 000 EUR.

Po rozhodnutí Evropského soudního dvora ve Stauffer a Persche případu většina evropských zemí přijala pravidla pro dary zahračním neziskovým organizacím. Například francouzské právo nyní umožňuje uplatnit daňové benefity na dary jakémukoliv neziskovému subjektu v EU. Formou daňových benefitů také některé země zvýhodňují vybrané účely nebo oblasti působení neziskových subjektů. Pro období mezi roky 2012 a 2016 je v Nizozemí zvýhodněno darování ve prospěch kulturních veřejně prospěšných organizací. Pro daně fyzických osob platí, že lze odečíst až 125% daru do výše 5 000 EUR. Například pro dar v hodnotě 1 000 EUR si lze uplatnit odpočet ve výši 1 250 EUR. Dárce pak platí jen 35% daru. Pro firemní dary pak lze uplatnit pravidlo 150% odpočtu.

Některé státy se kromě výše darů snaží motivovat i jejich dlouhodobost či udržitelnost. V Dánsku například dostane dárce speciální úlevy v případě, že se zaváže, formou písemného závazku, že bude pravidelně přispívat alespoň po dobu 10 let. Výše odpočtu je pak omezena na 15 000 DKK ročně a nesmí převýšit 15% příjmů dárce. I jiné země podporují dlouhodobé dárcovství, například Nizozemí nebo Portugalsko. Česká republika aplikuje princip odečtu darů ze základu daně se stanovením minimální odpisované částky i maximální výše odpočtu, a to jak pro individuální, tak pro firemní dárce. Stávající daňové úlevy jsou pozitivním signálem, samy o sobě však více finančních prostředků nestátních neziskovým organizacím nepřinesou. Daňové benefity nemají často vliv na motivace k firemní a individuální angažovanosti, nicméně mohou mít vliv na objem darů, zejména u menších společností a větších individuálních dárců.

Je tedy zřejmé, že státní politika v České republice může podporovat jak dlouhodobý přístup k dárcovství, tak oblasti, které jsou z některých důvodů pro stát prioritní nebo jsou dlouhodobě podfinancované. Z výše uvedeného lze ze situace v České republice dovodit, že největší bariérou pro financování nestátních neziskových organizací ze soukromých zdrojů je kromě nízké výše darů zejména jejich jednorázovost i plošnost pro základní daňové benefity.

Problematika daňových asignací jako možnost státní politiky k podpoře dárcovství

Česká republika je jediným státem Visegradské 4, která nikdy nezavedla daňové asignace jako jednu z forem financování neziskového sektoru. U těch může daňový poplatník rozhodnout, že jedno nebo dvě procenta z jeho daňové povinnosti je stát povinen zaslat neziskové organizaci, kterou poplatník ve svém rozhodnutí určí. Obecně lze zkonstatovat, že daňové asignace slouží v zemích, ve kterých byly zavedeny jako zdroj financování aktivit neziskového sektoru, na druhou stranu však nejsou klasický nástrojem na podporu dárcovství z pohledu nízké zainteresovanosti daňového poplatníka. Mnohem vyšší míru zainteresovanosti vykazují dary v případě daňových úlev z titulu poskytovaných darů (jak individuální, tak firemní dárci poskytují prostředky ze svých zdrojů). Navíc, v případě daňových asignací plyne podpora vždy předem stanovenému okruhu příjemců, kteří ve všech zemích, kde jsou asignace zavedené, musejí splňovat přísnější pravidla, například získání či soulad s veřejně prospěšným statutem. Oproti daňovým úlevám pro dárcce, je ale u daňových asignací i vyšší míra veřejné kontroly.

Další možná nelegislativní opatření

Celá řada států v Evropě se snaží podpořit firemní dárcovství systémově a podpora angažovanosti firem se stává běžnou součástí vládních agend. Například ve Velké Británii formou daňových úlev či propagací odpovědných firem a nastavením mechanismů pro dárcovství zaměstnanců. V Německu zpracováním koncepce a pravidelného přehledu o soukromé angažovanosti ve prospěch občanského sektoru.

ČR chybí střednědobá i dlouhodobá vize o tom, jakým způsobem by měla být financována činnost nestátních neziskových organizací. Chybí představa o nástrojích pro soukromé zdroje i o poměru/výši, jakou by dárcovství mělo v ČR mít. Stát v souvislosti s neexistující koncepcí nemotivuje dárcce a nemotivuje k zesílení transparentnosti neziskových organizací v potřebné míře.

Analytická část a sledování financování nestátních neziskových organizací.

V České republice neexistuje kvalitní zdroje pro sledování základních dat a trendů ve financování nestátních neziskových organizací ze soukromých zdrojů. Dostupné údaje jsou zpracovávány neziskovými organizacemi, často střešními asociacemi, nicméně vždy v omezeném rozsahu. Stát by měl zdefinovat strategický rámec pro rozvoj soukromého financování a stanovit a podpořit vznik modelu sledování těchto dat v parametrech, které umožní kvalitnější analytiku a přehled o situaci v neziskovém sektoru a umožní prognózy dalšího vývoje. Posílit by se mělo také sledování empirické znalosti faktorů ovlivňujících dárcovství a angažovanost ve prospěch neziskových organizací.

Neziskové organizace na druhou stranu také neposkytují o svých partnerech přehledné informace. To vyplývá z analýzy výročních zpráv a účetních závěrek 50 vybraných neziskových organizací. Neziskové organizace ve svých výročních zprávách ani na webových stránkách neuvádějí výši darů a podpory od firemních partnerů ani formu spolupráce. Pouze zhruba 10% z analyzovaných neziskových organizací mělo tato čísla přehledněji k dispozici.⁵

Podpora neziskových organizací

V oblasti nelegislativních opatření by stát mohl podpořit zvýšení kapacity neziskových organizací a jejich odborná kvalifikaci pro práci s firmami. Stěžejní pro segment vlastních příjmů bude schopnost zajistit odbyt pro své produkty či služby. Právě spolupráce s firemními partnery v této oblasti může přinést finanční udržitelnost pro velkou část neziskových organizací.

Motivace pro soukromé dary

Kromě legislativních opatření by bylo vhodné podpořit motivaci soukromých dárců ve prospěch neziskových organizací, a to například formou osvětové kampaně či veřejně deklarované podpory tématu ze strany předních představitelů vlády ČR. Na úrovni Úřadu vlády, v gesci Rady vlády pro nestátní neziskové organizace, by mohl být podpořen dlouhodobý projekt cílený právě na sledování

⁵ Zdroj: Studie o firemním dárcovství, Pavlína Kalousová pro MPSV, 2013.

trendů v soukromém dárcovství či přenášení dobré praxe ze strany státní podpory v zahraničí.

Použité zdroje:

Studie o firemním dárcovství, Pavlína Kalousová pro MPSV, 2013.

Taxation of charities, Heike Jochum, Univerzita Osnabruck, 2013

Podklad pro Studii CSR, Pavlína Kalousová, Český olympijský výbor, 2013