

**Závěrečná správa z prieskumu pre  
THE SASAKAWA PEACE FOUNDATION**

Február 2006



*FOCUS, Centrum pre sociálnu a marketingovú analýzu  
P. O. BOX 293, 810 00 Bratislava 1, office: Grösslingová 37  
tel: (02) 529 31 366, fax: (02) 529 31 378, e-mail: [focus@gtinet.sk](mailto:focus@gtinet.sk)*

## OBSAH

INFORMÁCIA O PRIESKUME .....	2
HLAVNÉ ZÁVERY .....	3
VÝSLEDKY PRIESKUMU.....	7
1. 2% DANE Z PRÍJMU FYZICKÝCH OSÔB.....	8
1.1. Informovanosť o možnosti poukázať 2% dane z príjmu.....	8
1.2. Miera využitia možnosti poukázať 2% dane z príjmu v roku 2005.....	10
1.3. Oblasť pôsobenia MVO – ktorej boli poukázané 2% dane z príjmu .....	12
1.4. Ďalší finančný či vecný dar organizácii, ktorej boli venované 2% dane z príjmu.....	13
1.5. Využitie možnosti poukázať 2% dane z príjmu v predchádzajúcom období.....	14
1.6. Komu boli poukázané 2% dane z príjmu v roku 2005 a v minulosti .....	19
2. DARCOVSTVO A DOBROČINNOSŤ .....	20
2.1. Nákup vecí na charitatívne/dobročinné účely .....	20
2.2. Darovanie peňazí za dobročinným účelom.....	22
2.3. Podpora ľudí v núdzi a vybraných typov inštitúcií.....	24
Prvostupňové triedenie odpovedí .....	27
Vybrané druhostupňové triedenie odpovedí .....	33
Ako čítať riadkové percentá – príklad .....	34

## INFORMÁCIA O PRIESKUME

Prezentované údaje sú výsledkom reprezentatívneho kvantitatívneho prieskumu, ktorý uskutočnila agentúra FOCUS v dňoch od 1. februára do 7. februára 2006 prostredníctvom siete vyškolených anketárov na reprezentatívnej vzorke 1 037 obyvateľov SR vo veku od 18 rokov.

Údaje boli zozbierané metódou štandardizovaných rozhovorov (face-to-face interviews) zaznamenaných do dotazníka. Respondenti boli vyberaní kvótnym výberom. Výberovými znakmi boli pohlavie, vek, vzdelanie, národnosť, veľkosť sídla a región (kraj) bydliska. Vzorka respondentov je reprezentatívna pre populáciu SR vo veku od 18 rokov.

Veľkosť výberovej vzorky umožňuje zovšeobecniť základné výsledky prieskumu na populáciu SR vo veku od 18 rokov s maximálnou odchýlkou  $\pm 3\%$ .

Údaje boli spracované štatistickými metódami programu SPSS for Windows. Všetky údaje uvedené v tabuľkách sú v percentách.

## HLAVNÉ ZÁVERY

### INFORMOVANOSŤ O MOŽNOSTI POUKÁZAŤ 2% DANE Z PRÍJMU

- Ø Informovanosť o možnosti poukázať 2% dane z príjmu v prospech mimovládnej organizácie je medzi respondentmi vysoká. Až 86% respondentov o takejto možnosti už počulo. Medzi ekonomicky aktívnymi respondentmi (pracujúci v období realizácie prieskumu) je táto informovanosť ešte vyššia (94%).
- Ø Oproti predchádzajúcim výskumom (december 2004, júl 2002)<sup>1</sup> má informovanosti o možnosti poukázať 2% dane v celej vzorke respondentov rastúcu tendenciu (nárast o 4% oproti decembru 2004 a o 15% oproti júlu 2002). Rovnako táto tendencia stúpa aj medzi ekonomicky aktívnymi respondentmi – nárast o 3% (december 2004), resp. o 8% (júl 2002).

### MIERA VYUŽITIA MOŽNOSTI POUKÁZAŤ 2% DANE Z PRÍJMU V ROKU 2005

- Ø Možnosť poukázať 2% dane z príjmu (v roku 2005) využilo 27% respondentov v celej vzorke. Tento údaj je podhodnotený pretože, ako báza boli zvolení všetci respondenti - čiže aj ľudia, ktorí boli v rozhodujúcom období mimo ekonomickej aktivity. Ak teda zoberieme za základ len respondentov, ktorí boli v danom čase ekonomicky aktívni (teda platili dane), dostaneme 54% pracujúcich, ktorí túto možnosť využili. Vyššiu mieru využitia tohto nástroja možno vidieť medzi pracujúcimi (v roku 2004) vysokoškolsky vzdelanými respondentmi, výkonnými ako aj tvorivými odbornými pracovníkmi, ľuďmi, ktorí majú deti vo veku do 18 rokov a tiež členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií (cirkev, odbory, politické strany alebo MVO).
- Ø Naopak, túto možnosť nevyužila menej ako polovica pracujúcich (v roku 2004) - 46%. Vyšší podiel pracujúcich (v roku 2004), ktorí túto možnosť nevyužili je medzi mladšími ľuďmi (18 – 24 rokov), ľuďmi s nižším vzdelaním (ZŠ, SŠ bez maturity), nekvalifikovanými ako aj kvalifikovanými manuálnymi pracovníkmi, ľuďmi, ktorí nemajú deti vo veku do 18 rokov a tiež ľuďmi, ktorí nie sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií (cirkev, odbory, politické strany alebo MVO).

### OBLASŤ PÔSOBENIA MVO – KTOREJ BOLI POUKÁZANÉ 2% DANE Z PRÍJMU

- Ø Najpopulárnejšie organizácie - ktorým respondenti poukázali 2% dane zo svojho príjmu - pôsobia predovšetkým v oblastiach: školstvo (vzdelávanie, veda a výskum) a tiež zdravotníctvo (ochrana a podpora zdravia, pomoc chorým a zdravotne postihnutým). Viac ako štvrtina respondentov, ktorí poukázali 2% dane z príjmu menovali tieto dve oblasti (po 29%).
- Ø Ďalšiu skupinu tvoria oblasti ako: šport a rekreácia (12% respondentov, ktorí poukázali 2% dane z príjmu), podpora cirkvi a náboženských aktivít (7%), problematika detí a mládeže (6%), rozvoj miest a obcí (5%), pomoc ľuďom v sociálnej núdzi, sociálna pomoc (4%) a oblasť kultúry a umenia (4%).
- Ø Ostatné oblasti boli uvádzané menej často. Organizáciu, ktorá sa zaoberá rómskou problematikou takto finančne nepodporil žiadny z respondentov.

---

<sup>1</sup> Agentúrou Focus boli realizované prieskumy: December 2004 – Prieskum pre Nadáciu pre deti Slovenska, Júl 2002 – Prieskum pre Fórum inštitút

**ĎALŠÍ FINANČNÝ ČI VECNÝ DAR ORGANIZÁCII, KTOREJ BOLI VENOVANÉ 2% DANE Z PRÍJMU**

- Ø Respondenti, ktorí v roku 2005 poukázali 2% dane z príjmu nejakej mimovládnej organizácii prevažne už ďalšie finančné, či vecné dary takejto organizácii nedarovali. Organizáciu, ktorej poskytli 2% dane z príjmu už ďalej finančným ani vecným darom nepodporilo 72% takýchto respondentov.
- Ø Naopak, viac ako štvrtina respondentov, ktorí poukázali 2% dane z príjmu neziskovej organizácii, ju zároveň podporilo finančným alebo vecným darom (28%).

**VYUŽITIE MOŽNOSTI POUKÁZAŤ 2% DANE Z PRÍJMU V PREDCHÁDZAJÚCOM OBDOBÍ**

- Ø Možnosť poukázať 2% dane z príjmu v predchádzajúcich rokoch (mimo roku 2005) využila v celej vzorke viac ako štvrtina respondentov (26%). Z ekonomicky aktívnych respondentov (v roku 2004) využila túto možnosť takmer polovica respondentov (48%). Vyšší podiel pracujúcich (v roku 2004), ktorí túto skutočnosť deklarujú je medzi vysokoškolsky vzdelanými respondentmi, výkonnými ako aj tvorivými odbornými pracovníkmi a tiež členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií ako sú cirkev, odbory, MVO, politické strany.
- Ø Možnosť poukázať 2% dane z príjmu aspoň raz (v roku 2005 či v minulosti) využilo v celej vzorke 32% respondentov – pričom v minulosti a zároveň aj teraz tak spravilo 21% respondentov, len teraz 6% respondentov a len v minulom období 5% respondentov. Naopak, ani v minulosti ani v teraz takúto možnosť nevyužili viac ako dve tretiny respondentov (68%).

Medzi pracujúcimi (v roku 2004) takúto možnosť aspoň raz (v roku 2005 či v minulosti) využilo až 60% respondentov – pričom 43% pracujúcich to deklaruje aj v minulosti aj teraz, len teraz 11% a len v minulosti 6% pracujúcich. Naopak, možnosť poukázať 2% ani v minulosti ani teraz nevyužilo 40% pracujúcich (v roku 2004).

Vyšší podiel pracujúcich (v roku 2004), ktorí poukázali 2% dane z príjmu aj v minulosti aj teraz je medzi ľuďmi s vyšším vzdelaním (SŠ s maturitou, VŠ), výkonnými ako aj tvorivými pracovníkmi, ľuďmi, ktorí majú deti vo veku do 18 rokov, členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií (cirkev, odbory, MVO, politické strany).

- Ø Až 79% respondentov, ktorí využili možnosť poukázať 2% dane z príjmu v roku 2005, túto možnosť využili aj niekedy v minulosti.

**KOMU BOLI POUKÁZANÉ 2% DANE Z PRÍJMU V ROKU 2005 A V MINULOSTI**

- Ø Respondenti, ktorí v roku 2005 a zároveň aj niekedy predtým poukázali 2% dane z príjmu nejakej mimovládnej organizácii, tak najčastejšie urobili v prospech tej istej organizácie. Takmer dve tretiny takýchto respondentov (64%) poukázali 2% dane z príjmu vždy tej istej organizácii.
- Ø Viac ako tretina takýchto respondentov (34%) 2% dane z príjmu poukázala rôznym organizáciám.

## NÁKUP VECÍ NA CHARITATÍVNE - DOBROČINNÉ ÚČELY

- Ø V priebehu minulého roka boli za charitatívnym, teda dobročinným účelom najčastejšie nakupované pohľadnice predávané nejakou charitatívnou, dobročinnou organizáciou (47%). Pričom vyšší podiel takýchto respondentov je medzi ženami, ľuďmi v mladšom strednom veku (25 – 34 rokov), ľuďmi s vyšším vzdelaním (SŠ s maturitou, VŠ), výkonnými ako aj tvorivými pracovníkmi, ľuďmi s vyšším mesačným príjmom domácnosti (20 – 25 tisíc Sk), ľuďmi, ktorí majú deti vo veku do 18 rokov, členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií (cirkev, odbory, MVO, politické strany).
- Ø Lotériové žreby, ktorých výťažok z predaja išiel na charitu, resp. dobročinné účely nakúpila takmer tretina respondentov (31%). Pričom vyšší podiel takýchto respondentov je medzi výkonnými odbornými pracovníkmi, ľuďmi žijúcimi v Trnavskom a tiež Banskobystrickom kraji .
- Ø Časopis od bezdomovca (Nota Bene) kúpilo 29% respondentov. Pričom vyšší podiel takýchto respondentov je medzi ľuďmi s vyšším vzdelaním (SŠ s maturitou, VŠ), výkonnými pracovníkmi, študentmi, ľuďmi s najvyšším mesačným príjmom domácnosti (25 tisíc a viac Sk), ľuďmi z väčších miest (od 50 tisíc obyvateľov), ľuďmi žijúcimi v Bratislavskom a Žilinskom kraji.
- Ø Lístky na charitatívnu, dobročinnú akciu si v priebehu minulého roka kúpilo 11% respondentov. Menej často bol uvádzaný nákup obrazov, resp. umeleckých diel alebo vecí, ktorých výťažok z predaja išiel na dobročinné účely (4%).
- Ø Približne 11% respondentov tiež uviedlo rôzne iné spôsoby charity, dobročinnosti, resp. podpory ľudí v núdzi (kúpa kvetín Liga proti rakovine), nákup výrobkov kozmetickej značky Avon - „Stužka z Avonu“, nákup rôznych potravín a iných dekoratívnym predmetov apod).

## DAROVANIE PEŇAZÍ ZA DOBROČINNÝM ÚČELOM

- Ø Najpopulárnejší spôsob darovania peňazí za dobročinným účelom je príspevok do pokladničky. Viac ako polovica respondentov darovala peniaze do pokladničky v kostole (55%) a taktiež viac ako polovica respondentov darovala peniaze do pokladničky charitatívnej, dobročinnnej organizácie (53%).  
Vyšší podiel respondentov, ktorí darovali peniaze do pokladničky v kostole je medzi ženami, ľuďmi v staršom veku (60 a viac rokov), dôchodcami, respondentmi z menších obcí (do 5 tisíc obyvateľov), členmi - dobrovoľníkmi neziskových organizácií (cirkev, odbory, MVO, politické strany).  
Vyšší podiel respondentov, ktorí prispeli do pokladničky nejakej neziskovej organizácie je medzi ženami, ľuďmi v strednom veku (35 – 44 rokov), ľuďmi s vyšším vzdelaním (SŠ s maturitou, VŠ), kvalifikovanými manuálnymi ako aj výkonnými a tvorivými pracovníkmi, ľuďmi s vyšším mesačným príjmom domácnosti (25 tisíc a viac Sk), členmi - dobrovoľníkmi neziskových organizácií (cirkev, odbory, MVO, politické strany).
- Ø Ďalšia časť respondentov preferuje peňažné darovanie prostredníctvom telefónu, a to buď zaslaním SMS správy (32%) alebo telefonickým hovorom (20%) - ktorých cena alebo časť ceny išla na charitatívne/dobročinné účely.
- Ø Len malá časť respondentov využila v minulom roku možnosť prevodu z vlastného bankového účtu (4%) alebo z bankomatu (3%).

**PODPORA ĽUDÍ V NÚDZI A VYBRANÝCH TYPOV INŠTITÚCIÍ**

- Ø Respondenti v rovnakej miere podporili v minulom roku finančným alebo vecným darom žobráka na ulici (40%) a tiež iného človeka, ktorý bol v núdzi (41%).  
Vyšší podiel respondentov, ktorí podporili žobráka na ulici je medzi respondentmi z väčších miest (od 20 tisíc obyvateľov), členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií (cirkev, odbory, MVO, politické strany).  
Vyšší podiel respondentov, ktorí podporili iného človeka je medzi ženami a členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií (cirkev, odbory, MVO, politické strany).
- Ø V prípade podpory rôznych organizácií respondenti najčastejšie finančne alebo vecným darom podporili cirkev (40%). Vyšší podiel takýchto respondentov je medzi ženami, ľuďmi v staršom veku (60 a viac rokov), ľuďmi s nižším vzdelaním (ZŠ), dôchodcami, ľuďmi z menších obcí a miest (do 20 tisíc obyvateľov), členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií (cirkev, odbory, MVO, politické strany).
- Ø Rôzne mimovládne organizácie (nadácie, občianske združenia a pod.) takto podporila takmer tretina respondentov (30% respondentov). Vyšší podiel takýchto respondentov je medzi ľuďmi s vyšším vzdelaním (SŠ s maturitou, VŠ), výkonnými ako aj tvorivými pracovníkmi, podnikateľmi, živnostníkmi, ľuďmi s vyšším mesačným príjmom domácnosti (25 tisíc a viac Sk) a členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií (cirkev, odbory, MVO, politické strany).
- Ø Finančný alebo vecný dar inštitúciám ako sú školy, nemocnice a pod. poukázala štvrtina respondentov (25%). Vyšší podiel takýchto respondentov je medzi ženami, ľuďmi v strednom veku (35 – 44 rokov), ľuďmi s vyšším vzdelaním (SŠ s maturitou, VŠ), výkonnými ako aj tvorivými pracovníkmi, podnikateľmi, živnostníkmi, ľuďmi s vyšším mesačným príjmom domácnosti (25 tisíc a viac Sk), ľuďmi, ktorí majú deti vo veku do 18 rokov a členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií (cirkev, odbory, MVO, politické strany).

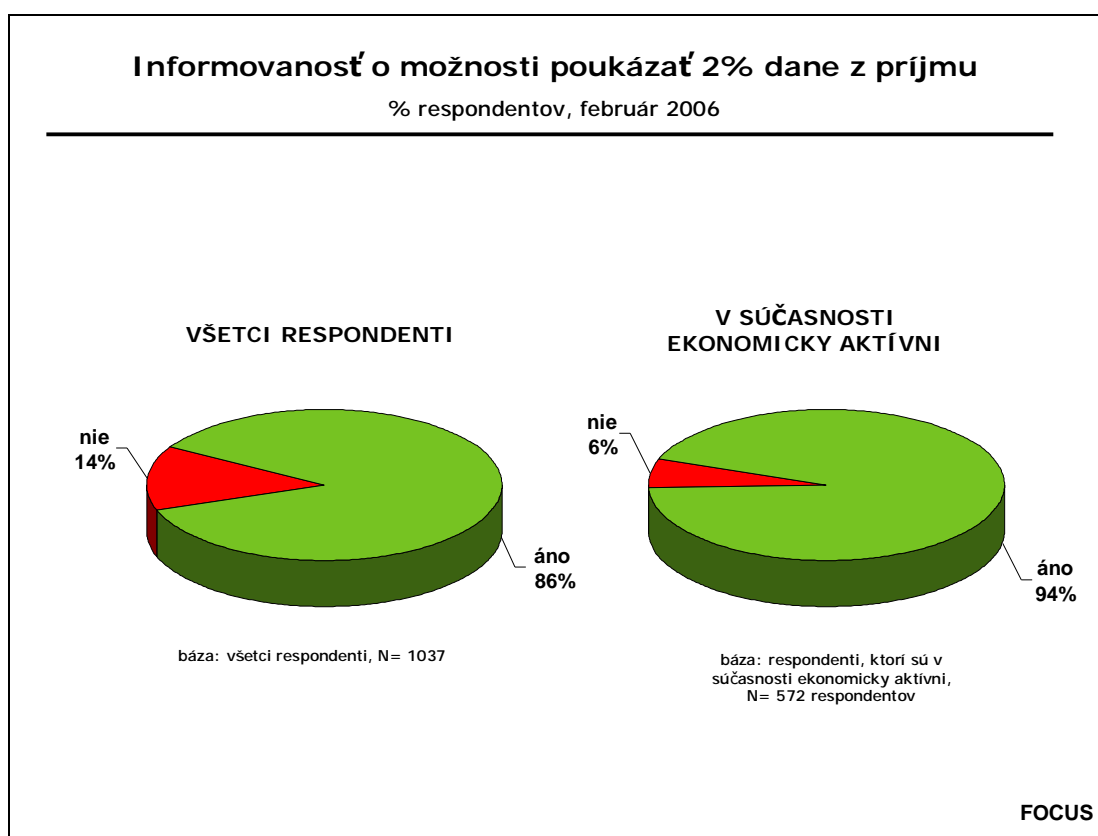
## VÝSLEDKY PRIESKUMU

# 1. 2% DANE Z PRÍJMU FYZICKÝCH OSÔB

## 1.1. Informovanosť o možnosti poukázať 2% dane z príjmu

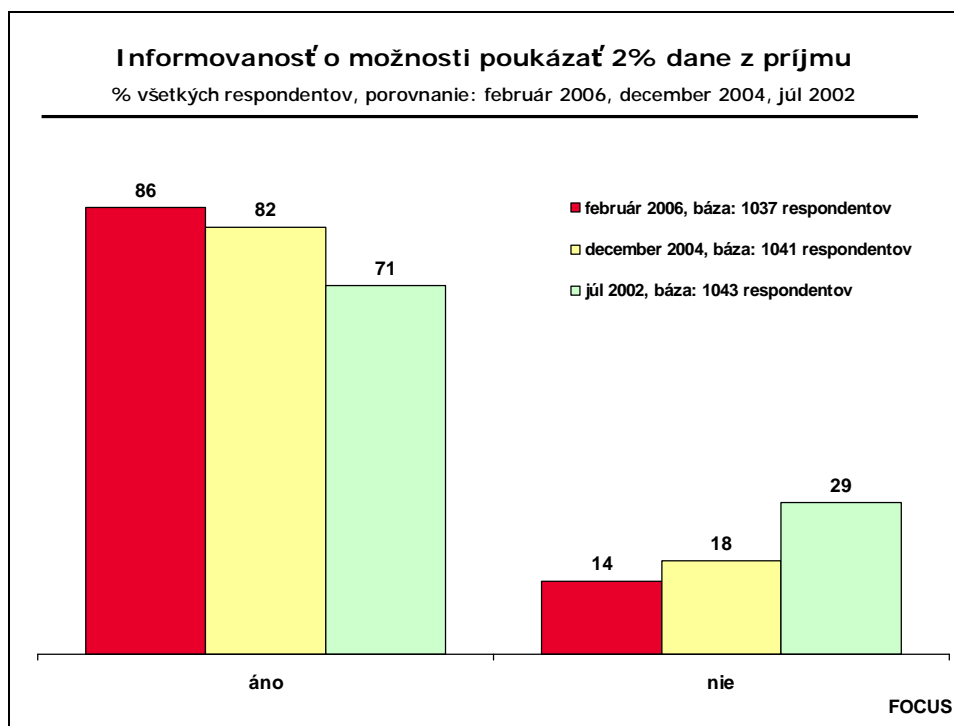
Informovanosť o možnosti poukázať 2% dane z príjmu v prospech mimovládnej organizácie je medzi respondentmi vysoká. O takejto možnosti už počulo 86% respondentov.

Medzi ekonomicky aktívnymi respondentmi (teda tými, ktorí majú v súčasnosti zamestnanie) je táto informovanosť ešte vyššia (94%).

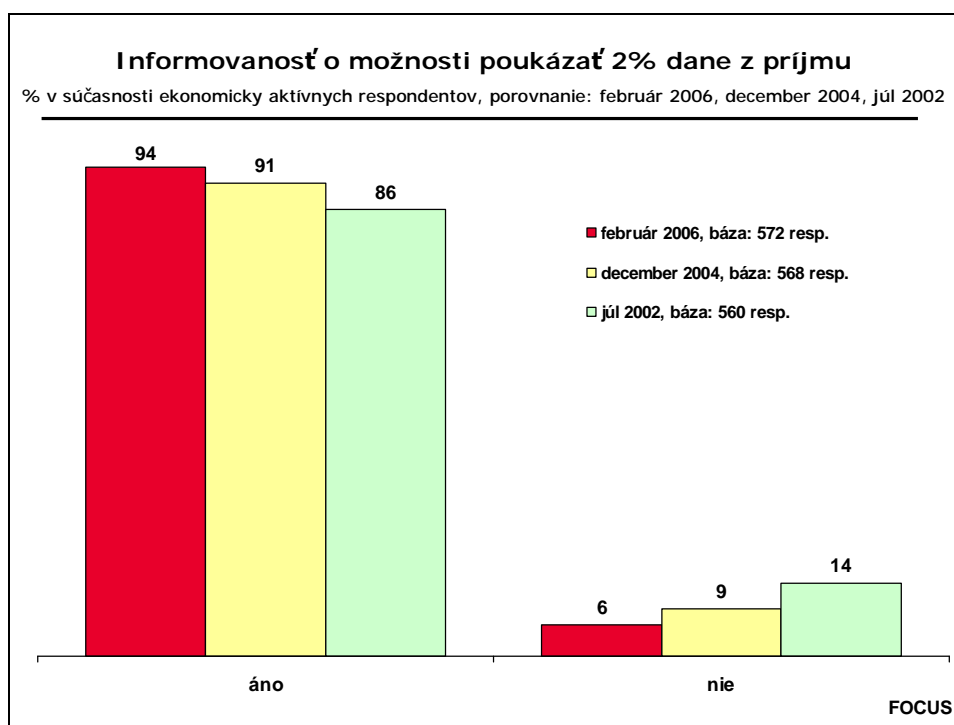


Miera informovanosti o možnosti poukázať 2% dane z príjmu sa aj v jednotlivých sociálno-demografických kategóriách respondentov pohybuje na vysokej úrovni. (pozri Tab 1 až Tab 4).

Oproti predchádzajúcim výskumom (december 2004, júl 2002)<sup>2</sup> sme v prípade informovanosti o možnosti poukázať 2% dane zaznamenali rastúcu tendenciu. Informovanosť v tejto oblasti vzrástla o 4 (december 2004), resp. o 15 (júl 2002) percentuálnych bodov.



Medzi ekonomicky aktívnymi respondentmi (pracujúci v období realizácie prieskumu) je táto tendencia rovnako stúpajúca – nárast o 3% (december 2004), resp. o 8% (júl 2002).

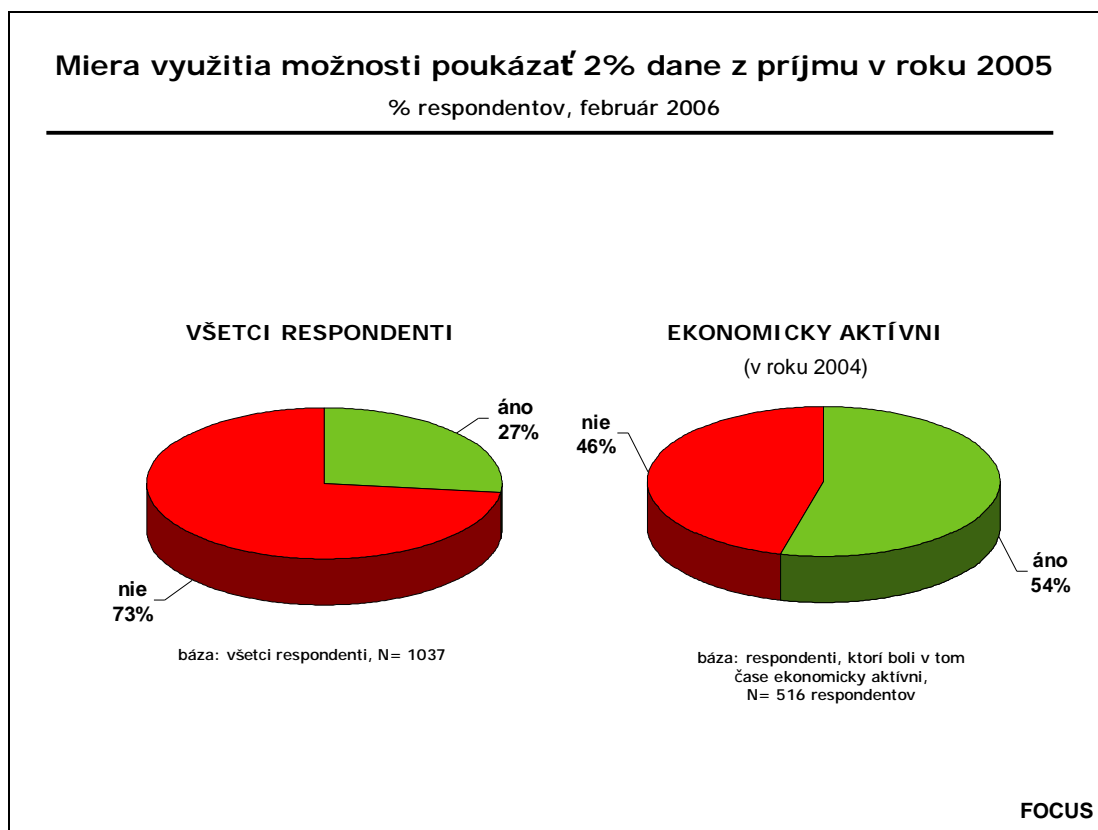


<sup>2</sup> Agentúrou Focus boli realizované prieskumy: December 2004 – Prieskum pre Nadáciu pre deti Slovenska, Júl 2002 – Prieskum pre Fórum inštitút.

## 1.2. Miera využitia možnosti poukázať 2% dane z príjmu v roku 2005

V celej vzorke využilo možnosť poukázať 2% dane z príjmu (v roku 2005) 27% respondentov<sup>3</sup>. Samozrejme, tento údaj je podhodnotený tým, že ako báza boli zvolení všetci respondenti, čiže aj ľudia, ktorí boli v rozhodujúcom období mimo ekonomickej aktivity.

Ak teda zoberieme za základ len respondentov, ktorí boli v danom čase ekonomicke aktívni (teda platili dane), dostaneme 54% pracujúcich<sup>4</sup>, ktorí túto možnosť využili. Naopak, menej ako polovica takýchto respondentov (46%) túto možnosť nevyužila.



<sup>3</sup> V celej vzorke využilo možnosť poukázať 2% dane z príjmu 19% respondentov v júli 2002 a 27% respondentov v decembri 2004.

<sup>4</sup> Medzi respondentmi, ktorí boli v danom čase pracujúci využili možnosť poukázať 2% dane z príjmu 40% opýtaných v júli 2002 a 50% opýtaných v decembri 2004.

**MIERA VYUŽITIA MOŽNOSTI POUKÁZAŤ 2% DANE Z PRÍJMU PODĽA SOCIÁLNO-DEMOGRAFICKÝCH CHARAKTERISTÍK RESPONDENTOV**

Vyššiu mieru využitia tohto nástroja možno vidieť v nasledujúcich sociálno-demografických skupinách pracujúcich (v roku 2004) (54%)<sup>5</sup>:

- respondenti s vysokoškolským vzdelaním (72% ekonomicky aktívnych vysokoškolákov v roku 2004 poukázalo 2% dane z príjmu)
- respondenti pracujúci ako výkonní odborní pracovníci/úradníci (68%), tvoriví odborní pracovníci (73%)
- respondenti, ktorí majú deti vo veku do 18 rokov (59%)
- respondenti, ktorí sú členmi - dobrovoľne pracujú v organizáciách ako cirkev, odbory, politické strany alebo MVO (66%).

Vyšší podiel pracujúcich (v roku 2004), ktorí nevyužili možnosť poukázať 2% dane z príjmu (46%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- mladší respondenti vo veku 18 – 24 rokov (66%)
- respondenti s nižším vzdelaním – so základným vzdelaním (68%), so stredoškolským vzdelaním bez maturity (54%)
- respondenti pracujúci ako nekvalifikovaní manuálni pracovníci (73%), kvalifikovaní manuálni/prevádzkoví pracovníci (52%)
- respondenti, ktorí nemajú deti vo veku do 18 rokov (50%)
- respondenti, ktorí nie sú členmi - dobrovoľne nepracujú v organizáciách ako cirkev, odbory, politické strany alebo MVO (50%).

Miera využitia možnosti poukázať 2% dane z príjmu podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov pozri v Tab 5 – Tab 8.

---

<sup>5</sup> Pri druhostupňových analýzach tohto typu máme pod termínom "vyšší podiel respondentov" vždy na mysli štatisticky významne vyšší podiel respondentov v danej sociálno-demografickej kategórii v porovnaní s celou vzorkou alebo nejakou cieľovou skupinou.

### 1.3. Oblasť pôsobenia MVO – ktorej boli poukázané 2% dane z príjmu

V tejto časti analyzujeme len odpovede respondentov, ktorí využili možnosť a poukázali 2% z dane zo svojho príjmu nejakej mimovládnej organizácii v roku 2005. Ich počet je 280 respondentov, čo je 27% z celej vzorky.

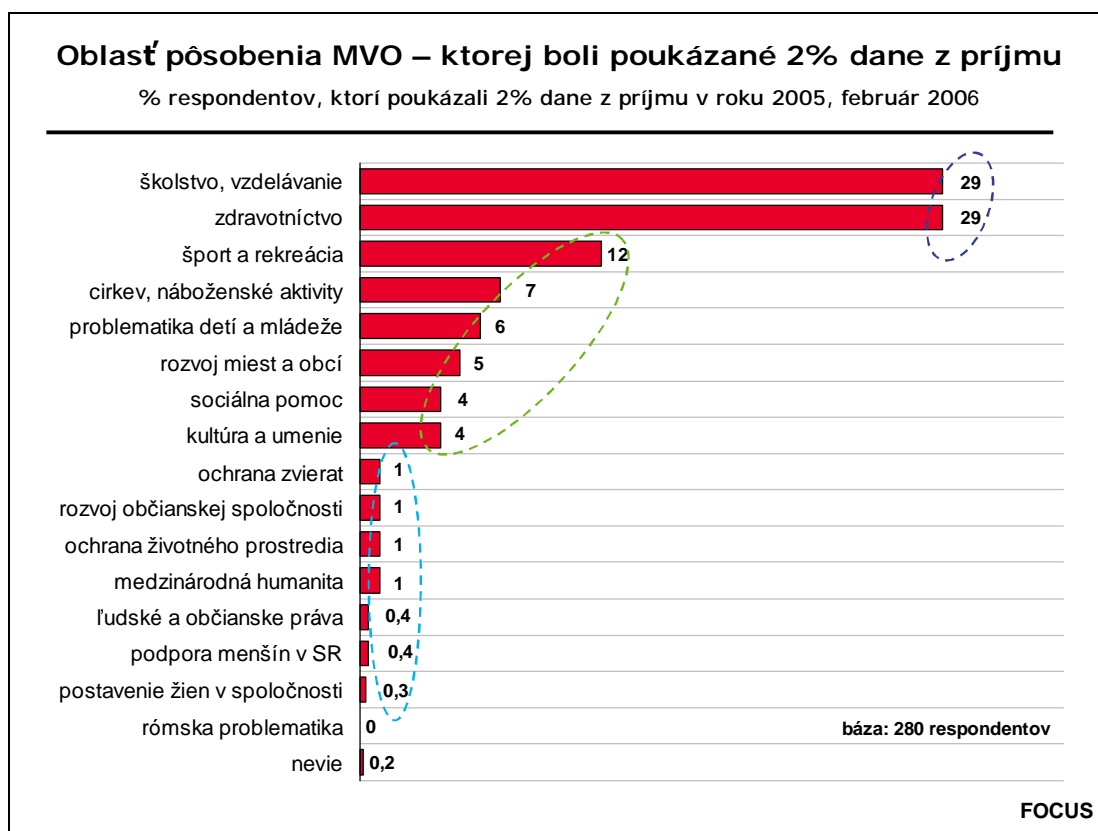
Najväčšie percento respondentov - ktorí poukázali 2% dane zo svojho príjmu - si vybrali mimovládne, neziskové organizácie, ktoré pôsobia predovšetkým v dvoch oblastiach:

- § školstvo, vzdelávanie, veda a výskum (29%),
- § zdravotníctvo, ochrana a podpora zdravia, pomoc chorým a zdravotne postihnutým (29%).

Ďalšiu skupinu tvoria oblasti ako: šport a rekreácia (12%), podpora cirkvi a náboženských aktivít (7%), problematika detí a mládeže (6%), rozvoj miest a obcí (5%), pomoc ľuďom v sociálnej núdzi, sociálna pomoc (4%) a oblasť kultúry a umenia (4%).

Menej často respondenti poukázali 2% dane z príjmu subjektom, ktoré pôsobia v oblastiach: ochrana zvierat (1%), rozvoj občianskej spoločnosti a politickej kultúry na Slovensku (0,8%), ochrana životného prostredia (0,7%), pomoc zahraničným krajinám, medzinárodná humanitárna pomoc (0,7%), obhajoba práv občanov vrátane ochrany ľudských a občianskych práv (0,4%), podpora menšín žijúcich na Slovensku (0,4%), postavenie žien v spoločnosti, ženská problematika (0,3%).

Organizáciu, ktorá sa zaoberá rómskou problematikou takto finančne nepodporil žiadny z respondentov.

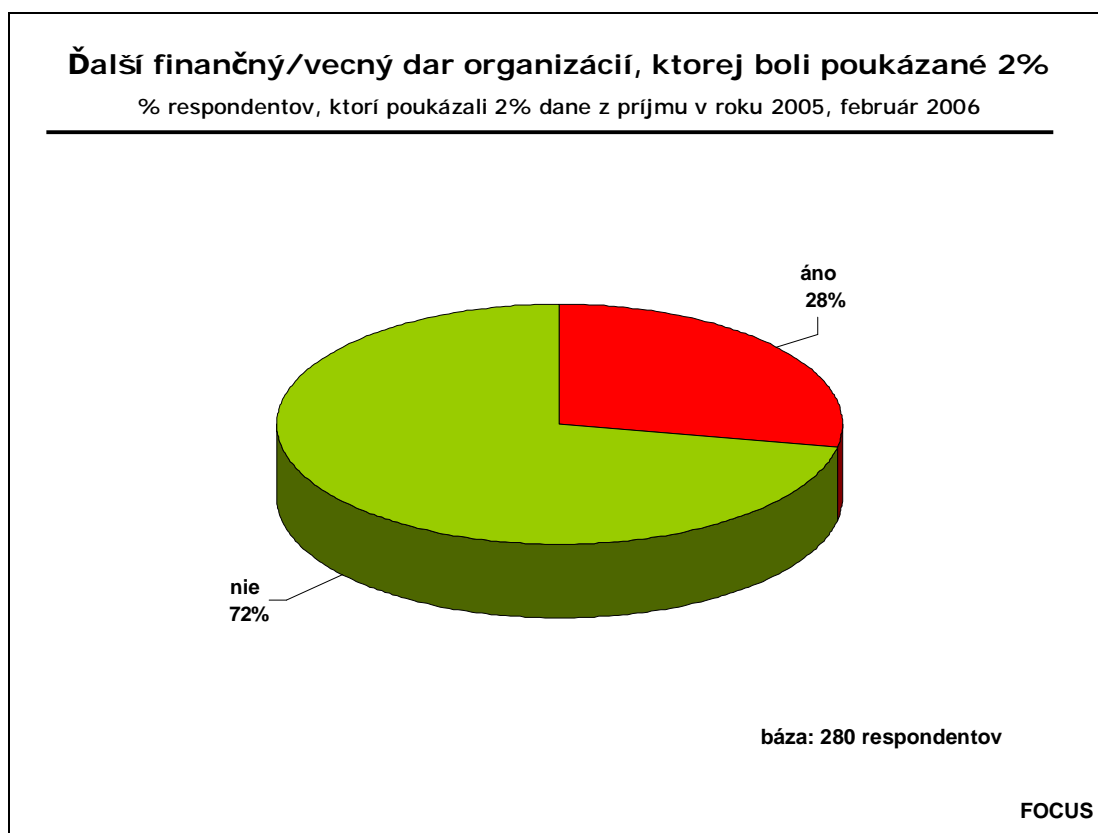


## 1.4. Ďalší finančný či vecný dar organizácii, ktorej boli venované 2% dane z príjmu

V tejto časti analyzujeme len odpovede respondentov, ktorí využili možnosť a poukázali 2% z dane zo svojho príjmu nejakej mimovládnej organizácii v roku 2005. Ich počet je 280 respondentov, čo je 27% z celej vzorky.

Respondenti, ktorí v roku 2005 poukázali 2% dane z príjmu nejakej mimovládnej organizácii prevažne už ďalšie finančné, či vecné dary takejto organizácii nedarovali. Takmer tri štvrtiny takýchto respondentov (72%)<sup>6</sup> organizáciu, ktorej poskytli 2% dane z príjmu už ďalej finančným ani vecným darom nepodporili.

Naopak, 28% respondentov<sup>7</sup>, ktorí poukázali 2% dane z príjmu neziskovej organizácii, ju zároveň podporilo finančným alebo vecným darom.



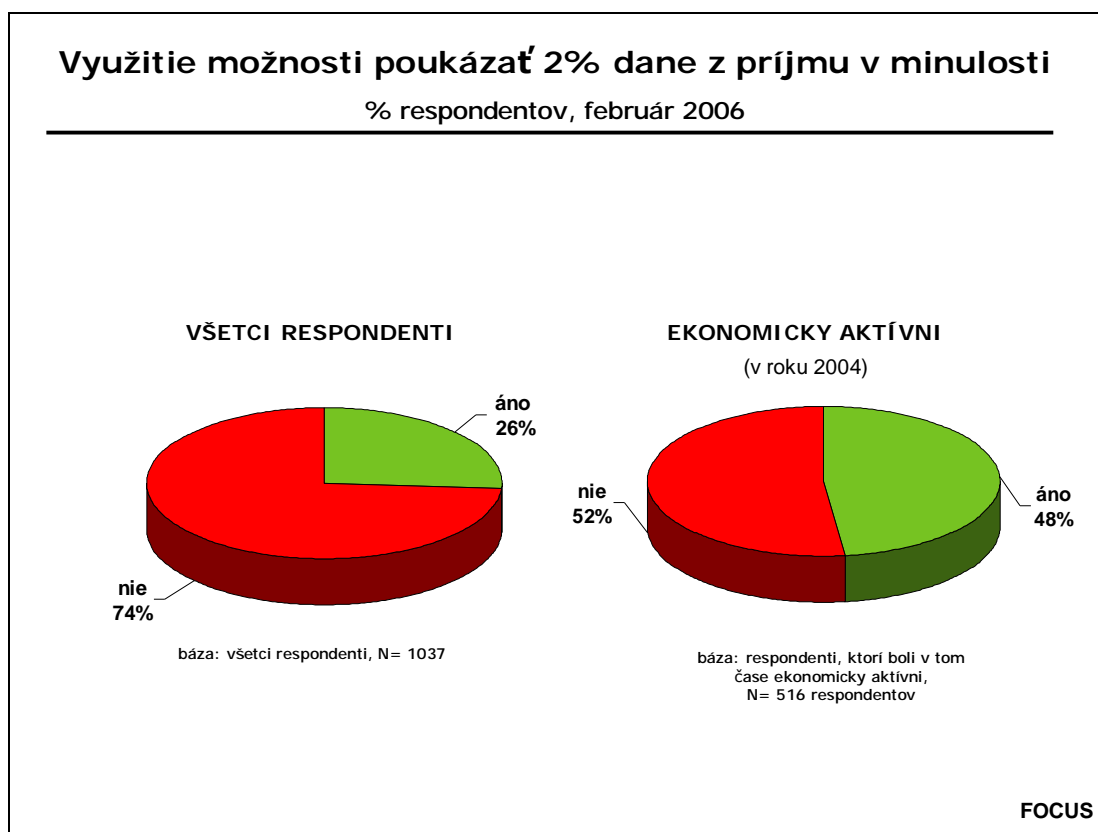
<sup>6</sup> V prepočte na ekonomicky aktívnych respondentov (v roku 2004) je to 85% opýtaných.

<sup>7</sup> V prepočte na ekonomicky aktívnych respondentov (v roku 2004) je to 15% opýtaných.

## 1.5. Využitie možnosti poukázať 2% dane z príjmu v predchádzajúcom období

V celej vzorke využila možnosť poukázať 2% dane z príjmu v predchádzajúcich rokoch viac ako štvrtina respondentov (26%).

Z ekonomicky aktívnych respondentov (v roku 2004) využila túto možnosť takmer polovica respondentov (48%).



## VYUŽITIE MOŽNOSTI POUKÁZAŤ 2% DANE Z PRÍJMU V PREDCHÁDZAJÚCOM OBDOBÍ PODĽA SOCIÁLNO-DEMOGRAFICKÝCH CHARAKTERISTÍK RESPONDENTOV

Vyšší podiel ekonomicky aktívnych respondentov (v roku 2004), ktorí deklarujú, že poukázali 2%, resp. 1% dane z príjmu v minulosti (48%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

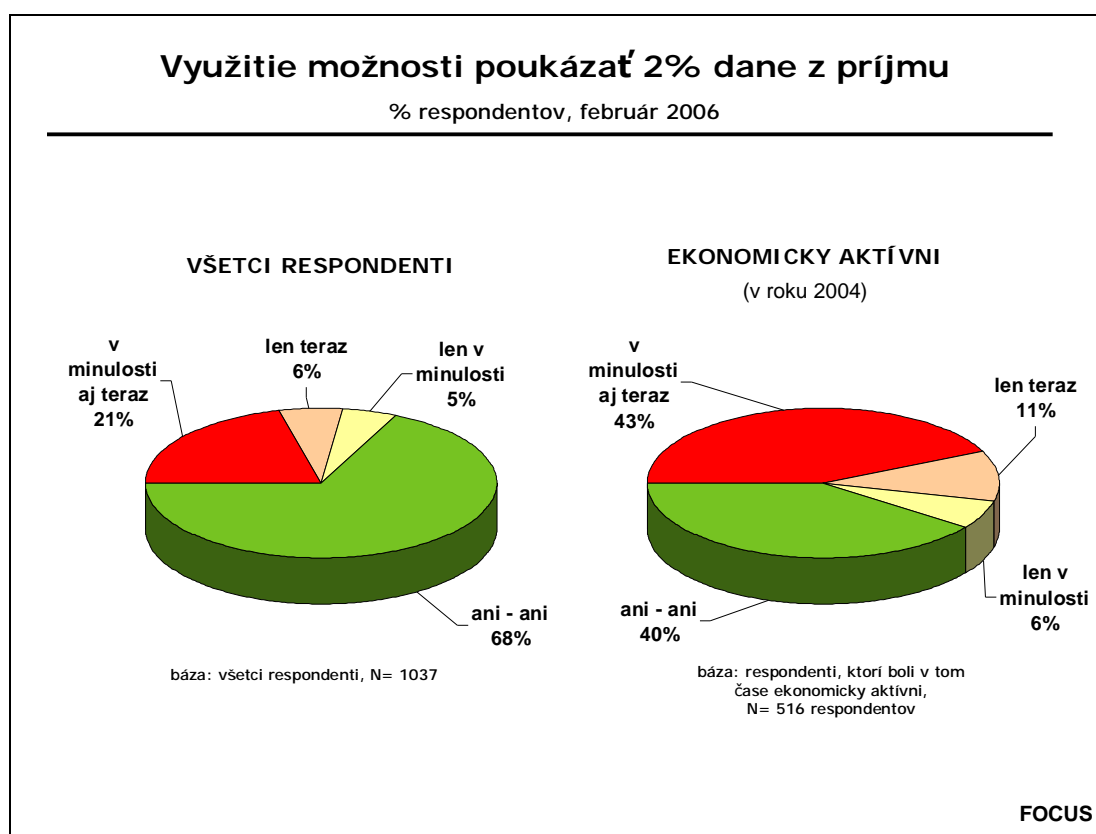
- respondenti s vysokoškolským vzdelaním (63%)
- respondenti pracujúci ako výkonní odborní pracovníci/úradníci (64%), tvoriví odborní pracovníci (67%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií – cirkev, odbory, MVO, politické strany (57%).

Využitie možnosti poukázať 2% dane z príjmu v predchádzajúcom období podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov pozri v Tab 9 – Tab 12.

Zaujímavý je pohľad na respondentov, ktorí využili možnosť poukázať 2% dane v súčasnosti a respondentov, ktorí túto možnosť využili v predchádzajúcom období.

V celej vzorke možnosť poukázať 2% dane z príjmu aspoň raz (v roku 2005 či v minulosti) využilo 32% respondentov – pričom v minulosti a zároveň aj teraz tak spravilo 21% respondentov, len teraz 6% respondentov a len v minulom období 5% respondentov. Naopak, ani v minulosti ani v teraz takúto možnosť nevyužili viac ako dve tretiny respondentov (68%).

Medzi ekonomicky aktívnymi respondentmi (v roku 2004) takúto možnosť aspoň raz (v roku 2005 či v minulosti) využilo až 60% respondentov – pričom 43% pracujúcich to deklaruje aj v minulosti aj teraz, len teraz 11% a len v minulosti 6% pracujúcich v danom období. Naopak, možnosť poukázať 2% ani v minulosti ani teraz nevyužilo 40% ekonomicky aktívnych v danom období.



**VYUŽITIE MOŽNOSTI POUKÁZAŤ 2% DANE Z PRÍJMU PODĽA SOCIÁLNO-DEMOGRAFICKÝCH CHARAKTERISTÍK RESPONDENTOV**

Vyšší podiel pracujúcich (v roku 2004), ktorí poukázali 2% dane z príjmu aj v minulosti aj teraz (43%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

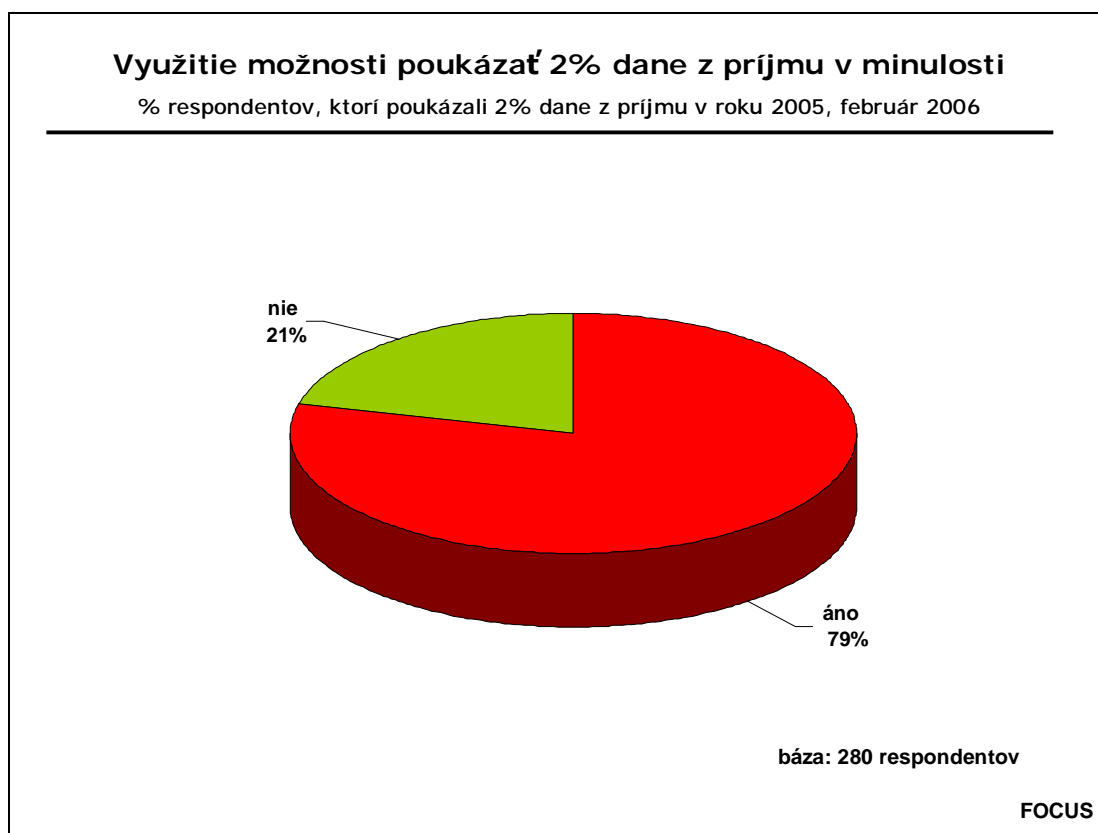
- respondenti s vyšším vzdelaním - so stredoškolským vzdelaním s maturitou (48%), respondenti s vysokoškolským vzdelaním (56%)
- respondenti pracujúci ako výkonní odborní pracovníci/úradníci (59%), tvoriví odborní pracovníci (56%)
- respondenti, ktorí majú deti vo veku do 18 rokov (47%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií – cirkev, odbory, MVO, politické strany (56%).

Vyšší podiel pracujúcich (v roku 2004), ktorí nepoukázali 2% dane ani teraz ani v minulosti (40%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- muži (45%)
- respondenti s nižším vzdelaním - so základným vzdelaním (66%), so stredoškolským vzdelaním bez maturity (49%)
- respondenti pracujúci ako nekvalifikovaní manuálni pracovníci (70%),
- respondenti, ktorí nie sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií – cirkev, odbory, MVO, politické strany (43%).

Využitie možnosti poukázať 2% dane z príjmu podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov pozri v Tab 13 – Tab 16.

Ďalší pohľad ponúka graf z odpovedí respondentov, ktorí využili možnosť poukázať 2% dane z príjmu v roku 2005. Až 79% takýchto respondentov uviedlo, že aj v minulosti využili možnosť poukázať 2%, resp. 1% dane zo svojho príjmu.

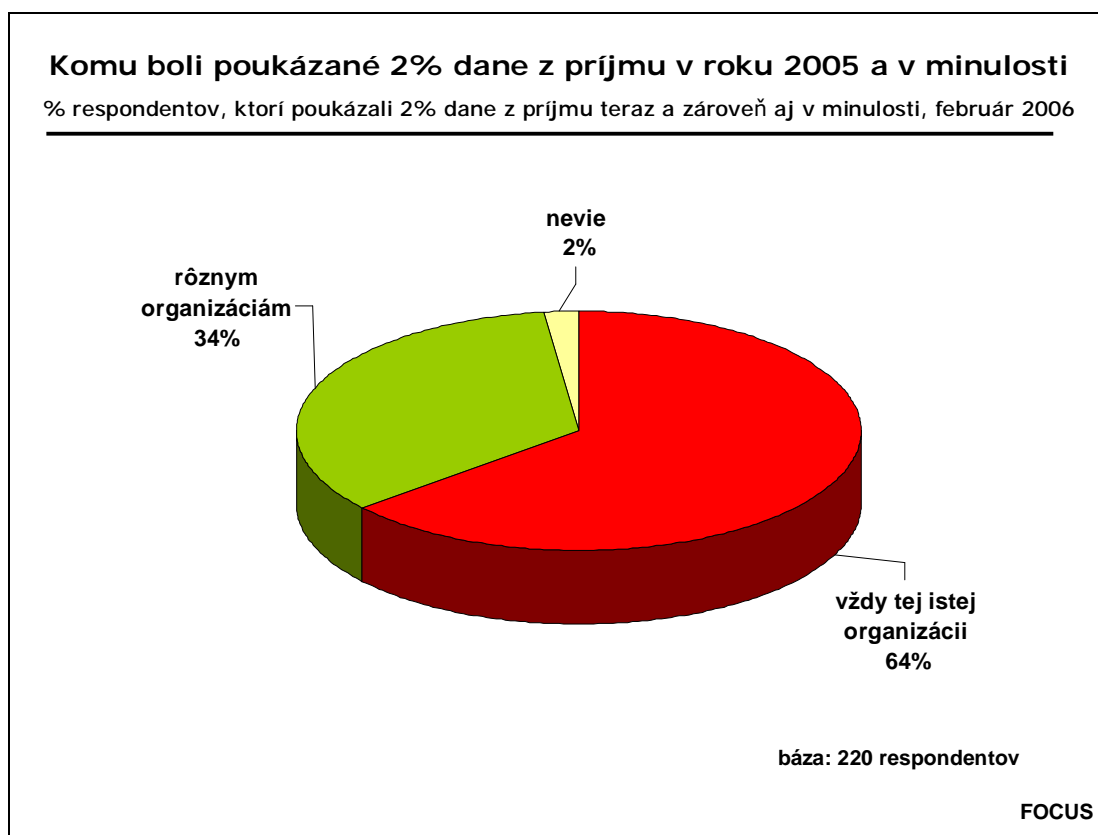


## 1.6. Komu boli poukázané 2% dane z príjmu v roku 2005 a v minulosti

V tejto časti analyzujeme len odpovede respondentov, ktorí využili možnosť a poukázali 2% z dane zo svojho príjmu nejakej mimovládnej organizácii v roku 2005 a zároveň aj niekedy predtým. Ich počet je 220 respondentov, čo je 21% z celej vzorky, resp. 43% pracujúcich (v roku 2004).

Respondenti, ktorí v roku 2005 a zároveň aj niekedy predtým poukázali 2% dane z príjmu nejakej mimovládnej organizácii, tak najčastejšie urobili v prospech tej istej organizácii. Takmer dve tretiny takýchto respondentov (64%)<sup>8</sup> poukázali 2% dane z príjmu vždy tej istej organizácii.

Viac ako tretina takýchto respondentov (34%) tieto peniaze poukázala rôznym organizáciám.



<sup>8</sup> V prepočte na ekonomicky aktívnych respondentov (v roku 2004) je to 27% opýtaných.

## 2. DARCOVSTVO A DOBROČINNOSŤ

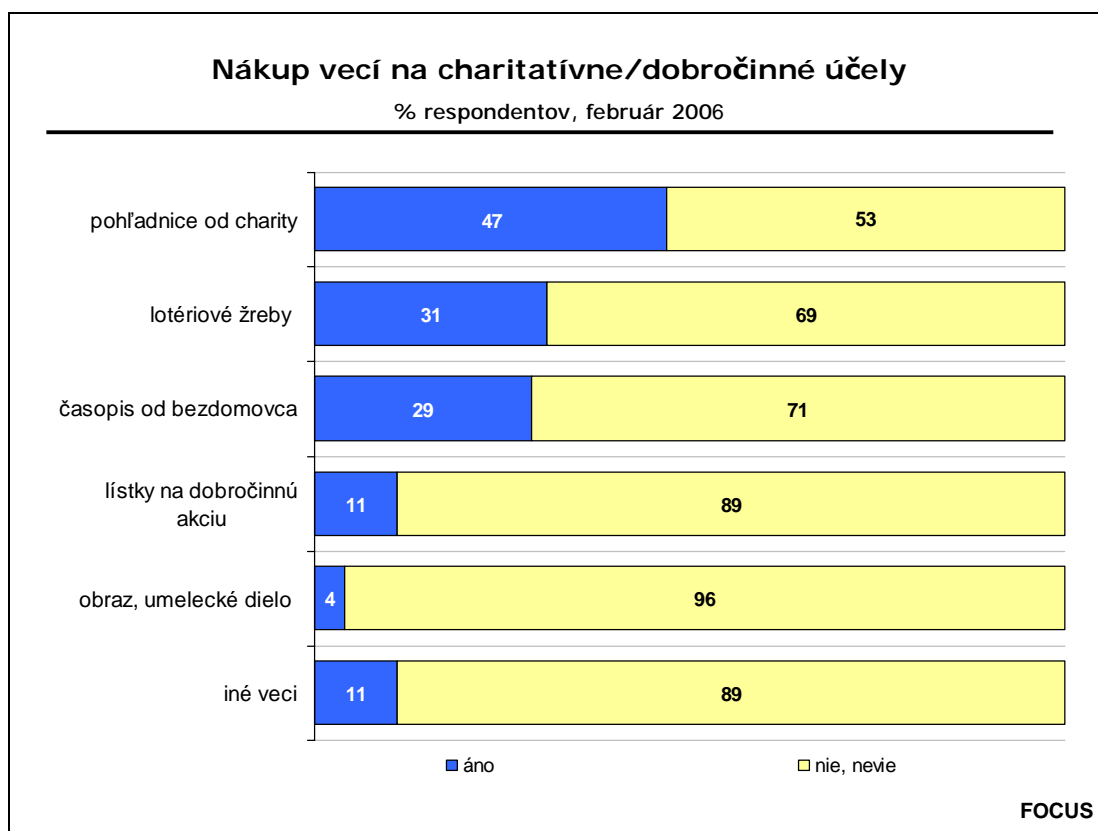
### 2.1. Nákup vecí na charitatívne/dobročinné účely

V priebehu minulého roka boli za charitatívny, teda dobročinným účelom najčastejšie nakupované pohľadnice predávané nejakou charitatívnou, dobročinnou organizáciou. Tento spôsob dobročinnosti deklaruje takmer polovica respondentov (47%).

Takmer tretina respondentov nakúpila lotériové žreby, ktorých výťažok z predaja išiel na charitu, resp. dobročinné účely (31%). Časopis od bezdomovca (Nota Bene) kúpilo 29% respondentov.

Lístky na charitatívnu, dobročinnú akciu si v priebehu minulého roka kúpilo 11% respondentov. Menej často bol uvádzaný nákup obrazov, resp. umeleckých diel alebo vecí, ktorých výťažok z predaja išiel na dobročinné účely (4%).

Približne 11% respondentov tiež uviedlo rôzne iné spôsoby charity, dobročinnosti, resp. podpory ľudí v núdzi ako napr.: kúpa kvetín (narcis – Liga proti rakovine), nákup náramkov – kľúčeniek od postihnutých, nákup výrobkov kozmetickej značky Avon („Stužka z Avonu“), nákup rôznych potravín a iných dekoratívnym predmetov (vianočný bazár) apod. Viacerí respondenti si však nevedeli spomenúť na konkrétnu vec, resp. uvádzali odpovede ako oblečenie, hračky, pri ktorých nie je jasné, či sa jedná o kúpu nových alebo darovanie použitých vecí.



## NÁKUP VECÍ NA CHARITATÍVNE/DOBROČINNÉ ÚČELY PODĽA SOCIÁLNO-DEMOGRAFICKÝCH CHARAKTERISTÍK RESPONDENTOV

Vyšší podiel respondentov, ktorí kúpili pohľadnice (47%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- ženy (56%)
- respondenti vo veku 25 – 34 rokov (55%)
- respondenti s vyšším vzdelaním - so stredoškolským vzdelaním s maturitou (58%), respondenti s vysokoškolským vzdelaním (66%)
- respondenti pracujúci ako výkonní odborní pracovníci/úradníci (64%), tvoriví odborní pracovníci (63%)
- respondenti s čistým mesačným príjmom domácnosti 20 001 – 25 000 Sk (58%)
- respondenti, ktorí majú deti vo veku do 18 rokov (54%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií – cirkev, odbory, MVO, politické strany (55%).

Vyšší podiel respondentov, ktorí kúpili lotériové žreby (31%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- respondenti pracujúci ako výkonní odborní pracovníci/úradníci (39%)
- respondenti žijúci v Trnavskom (44%), v Banskobystrickom kraji (41%).

Vyšší podiel respondentov, ktorí kúpili časopis od bezdomovca (29%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- respondenti s vyšším vzdelaním - so stredoškolským vzdelaním s maturitou (35%), respondenti s vysokoškolským vzdelaním (46%)
- respondenti pracujúci ako výkonní odborní pracovníci/úradníci (43%), študenti (39%)
- respondenti s najvyšším čistým mesačným príjmom domácnosti 25 001 Sk a viac (40%)
- respondenti žijúci vo väčších mestách s počtom – 50 až 100 tisíc obyvateľov (46%), v Bratislave alebo v Košiciach (44%)
- respondenti žijúci v Bratislavskom kraji (48%), v Žilinskom kraji (40%).

Vyšší podiel respondentov, ktorí si kúpili lístky na dobročinnú akciu (11%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- respondenti s vysokoškolským vzdelaním (20%)
- respondenti pracujúci ako výkonní odborní pracovníci/úradníci (18%), tvoriví odborní pracovníci (21%), podnikatelia, živnostníci (23%)
- respondenti s najvyšším čistým mesačným príjmom domácnosti 25 001 Sk a viac (18%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií – cirkev, odbory, MVO, politické strany (18%).

Nákup vecí na charitatívne/dobročinné účely podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov pozri v Tab 17 – Tab 22.

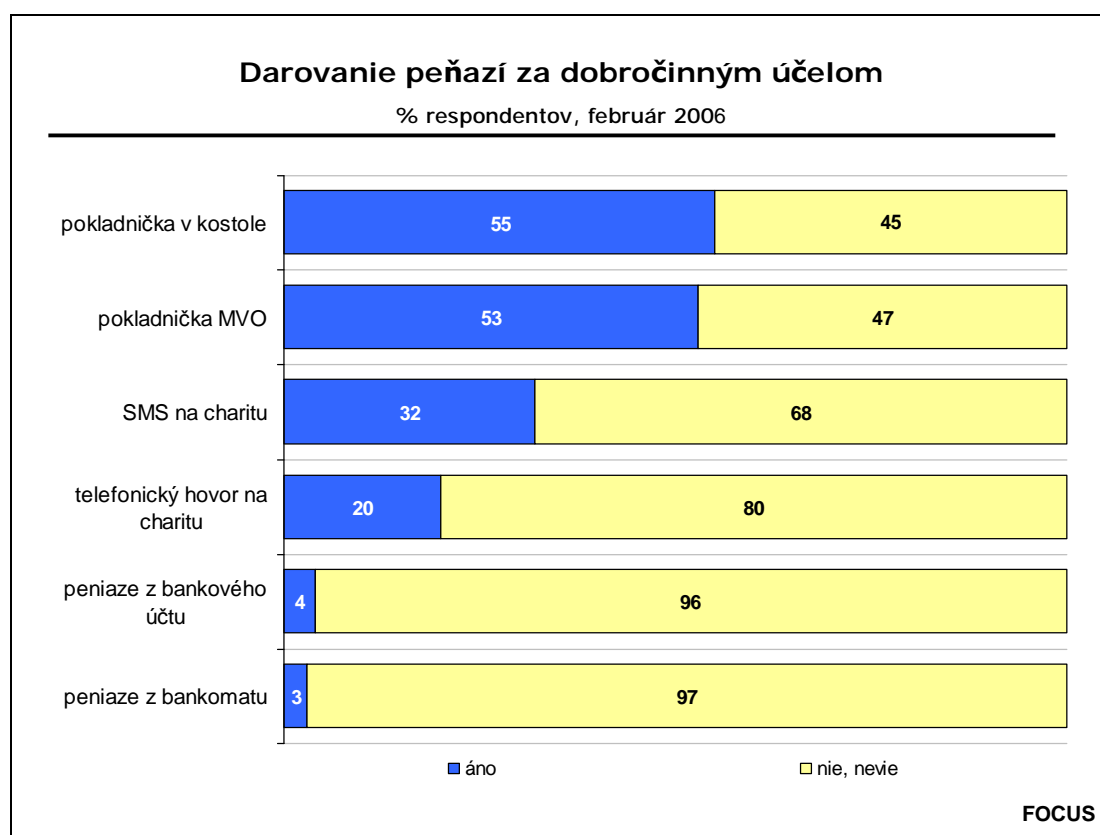
## 2.2. Darovanie peňazí za dobročinným účelom

Najpopulárnejší spôsob darovania peňazí za dobročinným účelom je príspevok do pokladničky bez ohľadu na to, kde sa nachádza. Viac ako polovica respondentov využila takýto spôsob finančnej podpory v minulom roku, resp. darovali peniaze do:

- § pokladničky v kostole (55%)
- § pokladničky nejakej charitatívnej, dobročinnnej alebo mimovládnej organizácie - zbierka na ulici, na pošte a pod. (53%).

Ďalšia časť respondentov preferuje peňažné darovanie prostredníctvom telefónu, a to buď zaslaním SMS správy (32%) alebo telefonickým hovorom (20%) - ktorých cena alebo časť ceny išla na charitatívne/dobročinné účely.

Len malá časť respondentov využila v minulom roku možnosť prevodu z vlastného bankového účtu (4%) alebo z bankomatu (3%).



## DAROVANIE PEŇAZÍ ZA DOBROČINNÝM ÚČELOM PODĽA SOCIÁLNO-DEMOGRAFICKÝCH CHARAKTERISTÍK RESPONDENTOV

Vyšší podiel respondentov, ktorí deklarujú, že darovali nejaké peniaze do pokladničky v kostole (55%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- ženy (62%)
- respondenti v staršom veku – 60 a viac rokov (70%)
- dôchodcovia (68%)
- respondenti s čistým mesačným príjmom v domácnosti 20 001 – 25 000 Sk (61%)
- respondenti žijúci v menších obciach s počtom: do 2 tisíc obyvateľov (70%), 2 – 5 tisíc obyvateľov (68%)
- respondenti žijúci v Prešovskom kraji (71%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií – cirkev, odbory, MVO, politické strany (73%).

Vyšší podiel respondentov, ktorí deklarujú, že darovali nejaké peniaze do pokladničky nejakej charitatívnej, dobročinnnej organizácie (53%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- ženy (58%)
- respondenti vo veku 35 – 44 rokov (61%)
- respondenti so stredoškolským vzdelaním s maturitou (59%), respondenti s vysokoškolským vzdelaním (70%)
- respondenti pracujúci ako kvalifikovaní manuálni/prevádzkoví pracovníci (37%), výkonní odborní pracovníci/úradníci (66%), tvoriví odborní pracovníci (77%)
- respondenti s najvyšším čistým mesačným príjmom v domácnosti 25 001 a viac Sk (65%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií (64%).

Vyšší podiel respondentov, ktorí deklarujú, že poslali SMS správu, ktorej cena išla na charitatívne účely (32%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- respondenti v mladšom veku: 18 – 24 rokov (42%), 25 – 34 rokov (43%), 35 – 44 rokov (41%)
- respondenti so stredoškolským vzdelaním s maturitou (41%), respondenti s vysokoškolským vzdelaním (43%)
- respondenti pracujúci ako kvalifikovaní manuálni/prevádzkoví pracovníci (41%), výkonní odborní pracovníci/úradníci (43%), tvoriví odborní pracovníci (49%), podnikatelia, živnostníci (45%)
- respondenti s najvyšším čistým mesačným príjmom v domácnosti 25 001 Sk a viac (47%)
- respondenti, ktorí majú deti vo veku do 18 rokov (39%).

Vyšší podiel respondentov, ktorí deklarujú, že uskutočnili telefonický hovor, ktorého cena išla na dobročinné účely (20%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

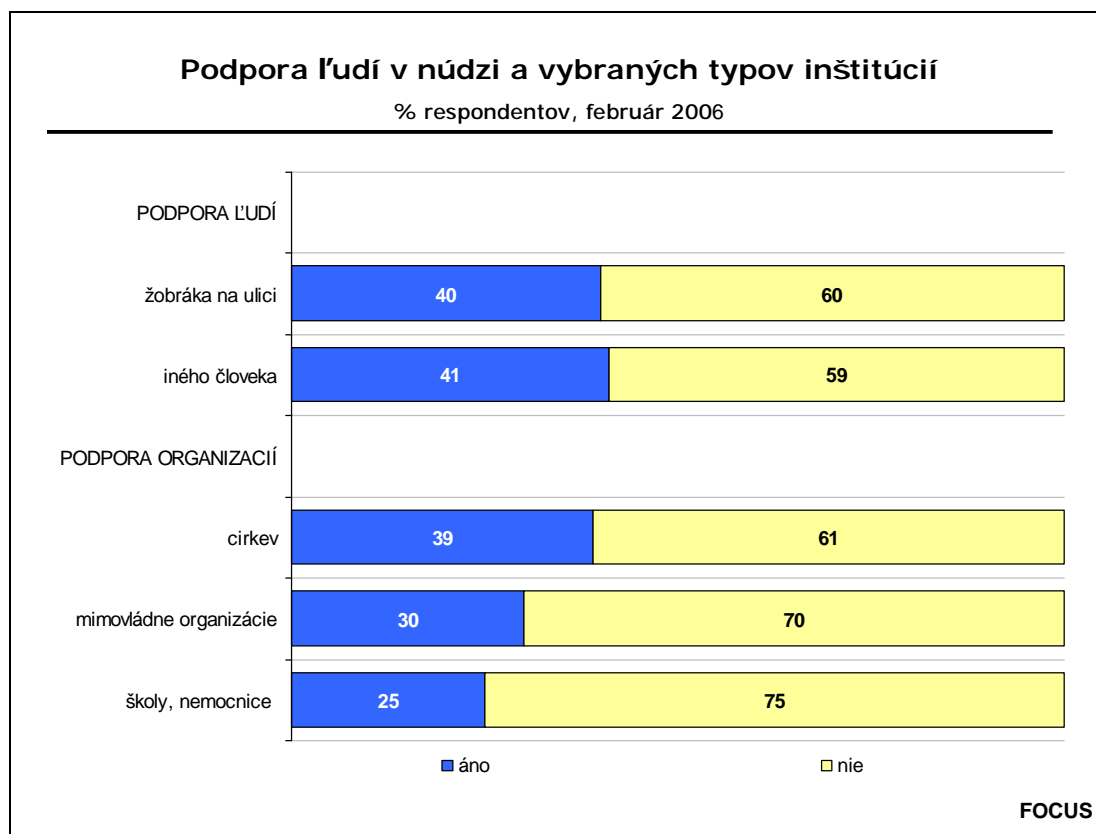
- respondenti s vysokoškolským vzdelaním (31%)
- respondenti pracujúci ako kvalifikovaní manuálni/prevádzkoví pracovníci (25%), podnikateľ, živnostník (29%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií (27%).

Darovanie peňazí za dobročinným účelom podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov pozri v Tab 23 – Tab 28.

## 2.3. Podpora ľudí v núdzi a vybraných typov inštitúcií

V priebehu minulého roka respondenti v rovnakej miere podporili finančným alebo vecným darom žobráka na ulici (40%) alebo iného človeka, ktorý bol v núdzi - pričom nebol ich príbuzný alebo blízky priateľ (41%).

V prípade podpory rôznych organizácií respondenti najčastejšie finančne alebo vecným darom podporili cirkev (40%). Približne 30% respondentov takto podporilo rôzne mimovládne organizácie (nadácie, občianske združenia a pod.). Finančný alebo vecný dar inštitúciám ako sú školy, nemocnice a pod. poukázala štvrtina respondentov (25%).



**PODPORA ĽUDÍ V NÚDZI A VYBRANÝCH TYPOV INŠTITÚCIÍ PODĽA SOCIÁLNO-DEMOGRAFICKÝCH CHARAKTERISTÍK RESPONDENTOV**

Vyšší podiel respondentov, ktorí deklarujú, že finančným alebo vecným darom podporili žobráka na ulici (40%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- respondenti žijúci vo väčších mestách s počtom: 20 – 50 tisíc obyvateľov (47%), 50 – 100 tisíc obyvateľov (49%), v Bratislave alebo v Košiciach (49%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií – cirkev, odbory, MVO, politické strany (47%).

Vyšší podiel respondentov, ktorí deklarujú, že finančným alebo vecným darom podporili iného človeka (41%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- ženy (44%)
- respondenti žijúci v Nitrianskom kraji (50%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií – cirkev, odbory, MVO, politické strany (57%).

Vyšší podiel respondentov, ktorí deklarujú, že finančným alebo vecným darom podporili cirkev (39%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- ženy (45%)
- respondenti v staršom veku – 60 a viac rokov (55%)
- respondenti so základným vzdelaním (45%)
- dôchodcovia (53%)
- respondenti žijúci v menších obciach s počtom: do 2 tisíc obyvateľov (54%), 2 – 5 tisíc obyvateľov (52%), 5 – 20 tisíc obyvateľov (32%)
- respondenti žijúci v Nitrianskom kraji (48%), Prešovskom kraji (55%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií – cirkev, odbory, MVO, politické strany (65%).

Vyšší podiel respondentov, ktorí deklarujú, že finančným alebo vecným darom podporili mimovládne organizácie (30%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- respondenti so stredoškolským vzdelaním s maturitou (39%), respondenti s vysokoškolským vzdelaním (45%)
- respondenti pracujúci ako výkonní odborní pracovníci/úradníci (42%), tvoriví odborní pracovníci (47%), podnikatelia, živnostníci (40%)
- respondenti s najvyšším čistým mesačným príjmom domácnosti 25 001 a viac Sk (41%)
- respondenti žijúci v Nitrianskom kraji (38%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií – cirkev, odbory, MVO, politické strany (45%).

Vyšší podiel respondentov, ktorí deklarujú, že finančným alebo vecným darom podporili inštitúcie aj školy, nemocnice (25%), je v nasledujúcich sociálno-demografických kategóriách:

- ženy (28%)
- respondenti vo veku 35 – 44 rokov (40%)
- respondenti so stredoškolským vzdelaním s maturitou (33%), respondenti s vysokoškolským vzdelaním (33%)
- respondenti pracujúci ako výkonní odborní pracovníci/úradníci (39%), tvoriví odborní pracovníci (40%), podnikatelia, živnostníci (36%)
- respondenti s najvyšším čistým mesačným príjmom domácnosti 25 001 a viac Sk (32%)
- respondenti žijúci v Trnavskom kraji (35%), Banskobystrickom kraji (34%)
- respondenti, ktorí majú deti vo veku menej ako 18 rokov (36%)
- respondenti, ktorí sú členmi, dobrovoľníkmi neziskových organizácií – cirkev, odbory, MVO, politické strany (37%).

Podpora ľudí v núdzi a vybraných typov inštitúcií podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov pozri v Tab 29 – Tab 32.

## PRVOSTUPŇOVÉ TRIEDENIE ODPOVEDÍ

Všetky údaje uvedené v tabuľkách sú v percentách

Počet respondentov: 1037

Zber údajov: 1.2. – 7.2. 2006

Počuli ste už o tom, že občania – daňoví poplatníci môžu venovať dve percentá (2%) z daní zo svojho príjmu na podporu konkrétnej mimovládnej, neziskovej organizácie (napr. nadácii, občianskemu združeniu, atď.)?

áno	86,3
nie	13,7

V marci a apríli minulého roka (2005) ste mali možnosť poukázať 2% daní zo svojho príjmu konkrétnej mimovládnej, neziskovej organizácii. Využili ste v minulom roku túto možnosť a poukázali ste 2% z daní zo svojho príjmu nejakej mimovládnej organizácii?

áno	27,0
nie, hoci ste mohli, lebo ste platili daň z príjmu	22,8
nemohli ste, lebo ste neplatili daň z príjmu (napr. nepracujúci dôchodca, študent, nezamestnaný)	36,5
netýka sa – nevie o takejto možnosti	13,7

V ktorej oblasti pôsobí mimovládna organizácia (napr. nadácia, občianske združenie, atď.), ktorej ste v minulom roku 2005 poukázali 2% vašich daní?

kultúra a umenie	1,0
obhajoba práv občanov vrátane ochrany ľudských a občianskych práv	0,1
zdravotníctvo, ochrana a podpora zdravia, pomoc chorým a zdrav. postihnutým	7,8
ochrana zvierat	0,3
ochrana životného prostredia	0,2
podpora cirkvi a náboženských aktivít	1,9
podpora menších žijúcich na Slovensku	0,1
pomoc ľuďom v sociálnej núdzi, sociálna pomoc	1,2
pomoc zahraničným krajinám, medzinárodná humanitárna pomoc	0,2
postavenie žien v spoločnosti a ženská problematika	0,1
problematika detí a mládeže	1,5
rómska problematika	0,0
rozvoj miest a obcí	1,3
rozvoj občianskej spoločnosti a politickej kultúry na Slovensku	0,2
šport a rekreácia	3,2
školsťvo, vzdelávanie, veda a výskum	7,8
iná oblasť	0,0
nevie, nepamätá sa	0,1
netýka sa – nevie o tejto možnosti, nevyužili možnosť poukázať 2% dane, neplatili dane	73,0

A darovali ste tejto mimovládnej organizácii, ktorej ste v minulom roku poukázali 2% dane zo svojho príjmu, aj nejaký ďalší finančný či vecný dar?

áno	7,5
nie	19,5
netýka sa – nevie o tejto možnosti, nevyužili možnosť poukázať 2% dane, neplatili dane	73,0

Využili ste možnosť poukázať 2% daní zo svojho príjmu v predchádzajúcich rokoch - to znamená v roku 2004 alebo predtým?

áno	26,2
nie	60,1
netýka sa - nevie o takejto možnosti	13,7

Spomínali ste, že ste poukázali 2% vašich daní v minulom roku a aj niekedy predtým. Poukázali ste tieto peniaze vždy tej istej organizácii alebo rôznym organizáciám?

vždy tej istej organizácii	14,3
rôznym organizáciám	8,2
nevie, nepamätá sa	0,7
netýka sa – nepoukázali 2% dane v roku 2005 ani v minulosti	76,8

Ktoré z nasledujúcich vecí ste kúpili v priebehu minulého roka za charitatívny, teda dobročinný účelom, alebo v snahe podporiť ľudí v núdzi?

	áno	nie	nevie
...časopis od bezdomovca (časopis Nota Bene)?	29,4	70,3	0,3
Kúpili ste pohľadnice predávané nejakou charitatívnou, dobročinnou organizáciou?	47,5	52,0	0,5
Kúpili ste lístky na charitatívnu, dobročinnú akciu?	10,9	88,7	0,4
...lotériové žreby, ktorých výťažok z predaja išiel na charitatívne, dobročinné účely?	31,2	68,3	0,5
Kúpili ste obrazy, umelecké diela alebo veci, ktorých výťažok z predaja išiel na dobročinné účely?	4,4	95,2	0,4
...nejaké iné veci na charitatívne, dobročinné účely alebo v snahe pomôcť ľuďom v sociálnej núdzi?	11,3	86,5	2,2

Darovali ste v priebehu minulého roka nejaké peniaze za dobročinným účelom nasledujúcimi spôsobmi?

	áno	nie	nevie
... do pokladničky v kostole?	55,3	44,4	0,3
... do pokladničky nejakej charitatívnej, dobročinnnej alebo mimovládnej organizácie (zbierka na ulici, na pošte a pod.)?	53,2	46,6	0,2
Uskutočnili ste telefonický hovor, ktorého cena alebo časť ceny išla na charitatívne, dobročinné účely?	19,8	79,8	0,4
Poslali ste SMS správu, ktorej cena alebo časť ceny išla na charitatívne, dobročinné účely?	32,4	67,3	0,4
Poslali ste nejaké peniaze na charitatívne, dobročinné účely prevodom cez bankomat?	3,2	96,7	0,1
Poslali ste nejaké peniaze na charitatívne, dobročinné účely prevodom z vášho bankového účtu?"	3,9	95,7	0,4

Podporili ste v priebehu minulého roka, či už finančne alebo vecným darom ...

	áno	nie	nevie
... žobráka na ulici?	39,8	59,7	0,5
... iného človeka, ktorý bol v núdzi a nebol vašim príbuzným či blízkym priateľom?	40,8	58,1	1,1

A podporili ste v priebehu minulého roka akýmkoľvek spôsobom, či už finančne alebo vecným darom, niektoré z nasledujúcich organizácií? Nemáme pritom na mysli podporu poukázaním 2% dane z príjmu.

	áno	nie	nevie
...cirkev?	39,4	60,5	0,1
... inštitúcie ako sú školy, nemocnice a pod.?	25,2	74,5	0,3
... mimovládne organizácie (nadácie, občianske združenia atď.)?	29,5	70,1	0,4

## ÚDAJE O RESPONDENTOCH

## POHLAVIE

muž	47,8
žena	52,2

## VEK

18 – 24 rokov	16,0
25 – 34 rokov	19,5
35 – 44 rokov	19,2
45 – 54 rokov	18,4
55 – 59 rokov	6,3
60 a viac rokov	20,6

## VZDELANIE /najvyššie ukončené/

základné	24,3
stredoškolské bez maturity (vyučení/á)	31,6
stredoškolské s maturitou	33,9
vysokoškolské	10,1

## NÁRODNOSŤ

slovenská	86,0
maďarská	10,6
iná	3,4

## HLAVNÉ ZAMESTNANIE /pracovná činnosť, z ktorej má respondent rozhodujúci príjem peňazí/

nekvalifikovaný alebo pomocný (manuálny) pracovník v poľnohospodárstve, priemysle, v službách	4,6
kvalifikovaný manuálny pracovník (remeselník, opravár, obsluha strojov a zariadení, pestovateľ/chovateľ...)	12,6
prevádzkový alebo obsluhujúci pracovník v službách a obchode (predavač, kaderník, vodič, kuchár, opatrovateľ, SBS...)	11,0
nižší administratívny pracovník, úradník (sekretárka, účtovník, prepážkový pracovník – na pošte, v banke...)	7,1
výkonný odborný pracovník (zdravotník/zdravotná sestra, vychovávateľ, technik, odborný referent, colník...)	7,2
tvorivý (vysokoškolsky vzdelaný) odborný pracovník (lekár, pedagóg, právnik, vedec, analytik, informatik, umelec...)	5,2
riaditeľ firmy/podniku, námestník, vysoký štátny úradník, politik, armádny veliteľ	0,3
samostatne ekonomicky činný (podnikateľ, živnostník) bez zamestnancov	5,6
samostatne ekonomicky činný (podnikateľ, živnostník) so zamestnancami	1,7
dôchodca	23,4
študent	8,5
v domácnosti alebo na materskej/rodičovskej dovolenke	3,6
nezamestnaný	9,3

## POČET ČLENOV DOMÁCNOSTI

jeden	10,1
dvaja	22,2
traja	23,9
štyria	26,5
päť a viac	17,3

## RODINNÝ STAV

slobodný/-á	25,3
ženatý/ vydatá	54,3
rozvedený/-á	7,9
vdova/ vdovec	9,8
druh/ družka"	2,7

## ČISTÝ MESAČNÝ PRÍJEM DOMÁCNOSTI

do 8000 Sk	5,9
8 001 – 10 000 Sk	6,3
10 001 – 12 000 Sk	6,6
12 001 – 14 000 Sk	8,8
14 001 – 16 000 Sk	8,7
16 001 – 18 000 Sk	9,5
18 001 – 20 000 Sk	10,4
20 001 – 22 000 Sk	10,7
22 001 – 25 000 Sk	10,9
25 001 – 30 000 Sk	8,5
30 001 Sk a viac	10,6
nechce uviesť, neodpovedal	3,1

## POČET OBYVATEĽOV OBCE

menej ako 2 tisíc obyv.	30,6
2 až 5 tisíc obyvateľov	13,8
5 až 20 tisíc obyvateľov	15,3
20 až 50 tisíc obyv.	15,8
50 až 100 tisíc obyv.	11,9
Bratislava, Košice	12,6

## KRAJ

Bratislavský	11,5
Trnavský	10,4
Trenčiansky	11,4
Nitriansky	13,6
Žilinský	12,8
Banskobystrický	12,4
Prešovský	14,0
Košický	13,9

## VYBRANÉ DRUHOSTUPŇOVÉ TRIEDENIE ODPOVEDÍ

## AKO ČÍTAŤ RIADKOVÉ PERCENTÁ – PRÍKLAD

Informovanosť o možnosti poukázať 2% dane z príjmu  
podľa sociálno-demografických charakteristík respondentov

FOCUS, 1. 2. – 7. 2. 2006

Riadkové % N = 1037	Počuli ste už o tom, že občania – daňoví poplatníci môžu venovať dve percentá z daní zo svojho príjmu na podporu konkrétnej mimovládnej, neziskovej organizácie?	
	áno	nie
Celá vzorka	86,3	13,7
VZDELANIE základné	68,0	32,0
SŠ bez maturity	87,8	12,2
SŠ s maturitou	95,0	5,0
vysokoškolské	96,3	3,7

Vysvetlenie:

Riadkové percentá uvádzajú podiel odpovedí v jednotlivých sociálno-demografických kategóriách. Umožňujú porovnávať podiel odpovedí medzi jednotlivými kategóriami. Súčet v riadku (napr. respondenti so základným vzdelaním) je 100%.

V celej vzorke respondentov 86,3% respondentov počulo o možnosti poskytnúť 2% dane z príjmu a naopak, o tejto možnosti nevie 13,7% respondentov.

V kategórii respondentov so základným vzdelaním 68,0% respondentov vie o možnosti poskytnúť 2% dane z príjmu a 32,0% o tejto možnosti nevie.