

## Darcovstvo na Slovensku

Tento dokument sa usiluje poskytnúť približnú predstavu o tom, ako to vyzerá na Slovensku v oblasti darcovstva. Preto približnú predstavu, pretože pre úplnejšiu predstavu nám chýbajú kvantitatívne údaje zásadnejšej a výpovednejšej povahy, ktoré sú vo väčšine ostatných krajín získavané z daňovej správy, nakoľko darcovstvo je vo väčšine okolitých i vzdialenejších krajín daňovo registrované a teda reportované a do tejto miery aj kvantifikovateľné.

Na Slovensku sa dary z pohľadu darcov – fyzických či právnických osôb na úrovni štátu (Daňová správa, Štatistický úrad) neevidujú, preto sa dá o darcovstve hovoriť len približne – t.j. na základe self-reportingu zo strany právnických osôb o daroch (napr. cena Top filantrop, ktorú vyhlasuje každoročne Fórum donorov), trendoch v oblasti zbierkovej činnosti, ktoré napovedajú čo to o ochote verejnosti prispievať ako aj na základe vývoja v oblasti poskytovania 2% z dane, pri ktorej nejde o dar v zmysle darovania súkromných finančných prostriedkov, ale naznačuje čo to o záujme daňovníkov o podporu verejnoprospešných účelov.

Niečo o darcovstve tiež napovie vývoj ukazovateľov medzi nadáciami (a žiadalo by sa dodať i medzi neziskovými organizáciami, neinvestičnými fondami i občianskymi združeniami) ako prijímateľmi i poskytovateľmi darov. Podrobnejšie bývajú spracované len nadácie, takže údaje za túto oblasť za r. 2009 uvádzame ako jednu z relevantných informácií.

No a popri týchto údajoch o darcovstve ešte napovedajú aj prieskumy verejnej mienky na reprezentatívnej vzorke spoločnosti.

### Individuálne darcovstvo

Ako spomíname vyššie, je náročné odhadnúť mieru individuálneho darcovstva na Slovensku – okrem prieskumov verejnej mienky neexistujú iné priame empirické údaje o filantropickom správaní sa jednotlivcov (daňovníkov, rodín, domácností).

Fórum donorov na základe údajov z registra verejných zbierok uvádza, že v rokoch 2000-2008 sa na Slovensku realizovalo celkovo 950 verejných zbierok, pričom v roku 2006 to bolo 61, v nasledujúcom roku 83 a v roku 2008 to bolo 91 verejných zbierok (údaj za tento rok ešte nie je konečný). K 1.1.2010 prebiehalo na Slovensku 96 verejných zbierok, k 1.1. 2009 to bolo 89. Čiže je viditeľný mierny nárast počtu zbierok, čo svedčí aj o postupnej väčšej aktivite neziskových organizácií smerom k jednotlivcom-darcom.

Ako však darcovia reagujú na zbierky? Môžeme len odhadovať, že s rastom životnej úrovne a disponibilného príjmu po r. 2005-6 narastala aj miera podpory zbierok prostredníctvom darov, o čom by mohli svedčiť aj nárasty vyzbieraných čiastok pri

zavedených vybraných (z hľadiska relatívnej známosti a populárnosti) verejných zbierkach (pozri tabuľku). Následne však kríza mohla tento rozbeh pribrzdiť.

Tabuľka: Niektoré významné zbierky v roku 2008 a 2009

Názov	Suma v EUR 2008	Suma v EUR 2009	% medziročná zmena
Dobrý anjel	2 219 365	3 019 922	nárast o 36%
Deň narcisov	805 464	924 744	nárast o 15%
Dobrá novina	706 805	748 131	nárast o 6%
Hodina deťom	531 579	266 020	pokles o 50%

Zdroj: Webstránky uvedených nadácií a projektov.

Najmarkantnejším príkladom rastúceho darcovstva jednotlivcov na Slovensku v poslednej dobe (odhliadnúc o vzopätí darcovstva v súvislosti s pomocou obetiam pohrôm ako boli tohtoročné povodne) je úspešný projekt Dobrý anjel (už spomenutý v časti „Dopyt a prieskum trhu“). Od januára 2008 do januára 2009 stúpol celkový počet prispievateľov z 19 636 na 28 555, v januári 2010 na 39 700, čo je vyše dvojnásobný nárast. Od začiatku projektu (september 2006) až dodnes sa podarilo vyzbierať sumu 8 912 864 EUR. Počet prispievateľov sa do októbra 2010 vyšplhal na 82 252.

Popri verejných zbierkach, ktoré často získavajú zdroje tvárou v tvár a v hotovosti v posledných rokoch individuálnych darcov oslovujú aj nové nástroje využívajúce SMS (darcovská SMS) internet ([www.dakujeme.sk](http://www.dakujeme.sk), [www.dobrakrajina.sk](http://www.dobrakrajina.sk), [www.ludialudom.sk](http://www.ludialudom.sk)), či ATM (bankomaty) ako nástrojov platby. Nepodarilo sa zatiaľ presadiť viacero mechanizmov bežne používaných v zahraničí ako napr. Direct Debit (banky v tomto prípade akceptujú formulár s písomným súhlasom s pravidelným inkasom z účtu v prospech príjemcu získaný príjmom priamo pri oslovení darcov).

Firemná filantropia (darcovstvo firiem) na Slovensku vyzerá byť v súčasnosti na prvý pohľad (vdďaka mediálnej komunikácii) viac rozvinutá ako individuálna filantropie. Avšak, veľká časť darcovstva jednotlivcov býva skrytá pred zrakom médií, pretože na rozdiel od darcovstva firiem sa uskutočňuje bez podpory marketingových a komunikačných oddelení. V budúcnosti možno očakávať zvýšenie úsilia zameraného na oslovovanie menších či väčších individuálnych darcov a takisto aj zvýšenie ich podielu na celkovom súkromnom darcovstve v SR.

Reprezentatívne prieskumy verejnej mienky zamerané na darcovstvo nie sú moc časté. Jeden z nich realizovala agentúra FOCUS pre Fórum donorov v apríli 2007. Keďže ide o obdobie pred krízou, mohlo medzičasom dôjsť k posunom. Podľa tohto prieskumu takmer polovica opýtaných (46 %) v minulosti podporila finančným darom nejakú neziskovú organizáciu finančným darom. Profil typického podporovateľa neziskových organizácií predstavuje žena s vyšším vzdelaním, ktorá má 35 - 44 rokov, pracuje ako výkonná či tvorivá odborná pracovníčka, podnikateľka alebo živnostníčka a zarába viac ako 22 000 Sk mesačne. V porovnaní s rokom 2004 došlo u individuálnych darcov k zmenám pri rozhodovaní, či podporiť neziskovú organizáciu. Kým v roku 2004 pre individuálnych darcov boli kľúčové také kritériá, ako „účel použitia vyzbieraných finančných prostriedkov“ (77%), „známost“ a „tradícia zbierky“ (57%) a „predchádzajúca kladná skúsenosť“ (53%), v roku 2007 sa darcovia rozhodovali najmä podľa „účelu použitia vyzbieraných finančných prostriedkov“

(71%), „dostatku potrebných informácií“ (44%), „známosti a imidžu organizátora zbierky“ (42%)<sup>1</sup>.

K tomu, aby filantropia získala všeobecnú úctu a rešpekt širokej verejnosti je nevyhnutné, aby darcovia mali plnú dôveru v neziskové organizácie a projekty, na ktoré prispievajú. Na Slovensku si väčšina ľudí ešte neuvedomuje, že tak výber organizácie či projektu, ktorý podporia, ako aj kontrola využitia ich príspevku, je plne v ich rukách. Stav rozvoja individuálneho darčovstva sa u nás nachádza vo fáze tzv. slepej dôvery, individuálni darcovia si ešte veľmi neuvedomujú svoje práva a chovajú sa prevažne reaktívne, t. j. reagujú na žiadosti organizácií a jednotlivcov o podporu, z ktorých si následne vyberajú.

### **Firemná filantropia**

Ako sme už spomenuli, firemná filantropia je v médiách a teda aj na verejnosti viditeľná a teda aj výrazne vnímaná. V posledných rokoch došlo predovšetkým vďaka mechanizmu asignácie 2%, ktoré môžu firmy využívať k výraznému posilneniu profilu podnikateľského sektora v tejto oblasti. Ďalšie dôležité faktory, ktoré mali vplyv na zlepšenie komunikácie a rozvoj partnerstiev medzi MNO a firmami v posledných rokoch sú: 1) odchod veľkých zahraničných (najmä amerických a európskych) darcov a nadácií krátko po roku dvetisíc (MNO boli prinútené hľadať alternatívne zdroje financovania); 2) príchod medzinárodných firiem a vybudovanie pobočiek zahraničných spoločností (tieto so sebou priniesli základy firemnej filantropie).

Počas prebiehajúcej finančnej a hospodárskej krízy práve mechanizmus 2% z dane stlmil jej dopady v oblasti krátenia rozpočtov na firemné darčovstvo či sponzorské rozpočty. Existencia 2% mechanizmus zároveň spôsobuje, že je ťažké odhadnúť, ako by firemný sektor podporoval verejno-prospešné účely v podobne firemného darčovstva, t.j. bez toho, aby mal možnosť využiť 2% z dane. Dá sa smelo predpokladať, že z hľadiska disponibilného objemu by u väčšiny došlo k výraznému pokladu objemu poskytovanej podpory.

Tlak a dopyt po angažovanosti sa firmami v spoločnosti sa začína vytvárať aj medzi obyvateľmi. Podľa 89% respondentov je správne, aby sa aj firmy spolupodieľali na riešení a odstraňovaní problémov spoločnosti, v ktorej fungujú.

Prieskum verejnej mienky realizovaný Fórom donorov v roku 2007 ukazuje, že aj slovenskí zákazníci začínajú byť citlivejší na to, výrobky akej firmy kupujú a akú má táto firma povesť. Podľa výsledkov prieskumu je až 91 % obyvateľov Slovenska presvedčených, že spoločensky prospešné aktivity by mali podporovať všetky firmy, ktoré na to majú potenciál.

Firmy často využívajú nepeňažné darčovstvo ako formu pomoci neziskovému sektoru (odborná pomoc, poradenstvo, zázemie- zapožičanie techniky, priestorov, reklamnej plochy).

Aj napriek tomu, že viac ako polovica respondentov (61 %) vníma spoločensky prospešné aktivity firiem iba ako vlastnú propagáciu a reklamu, v porovnaní s prieskumom verejnej mienky z februára 2006 došlo k zlepšeniu vnímania tejto oblasti verejnosťou (pokles zo 70 %). Za touto pozitívnou zmenou vo vnímaní motívov firemnej angažovanosti verejnosťou môže byť niekoľkonásobný nárast prezentácie tejto témy v slovenských médiách, intenzívnejšia prezentácia príkladov dobrej praxe,

---

<sup>1</sup> Strečanský et al. MNO a dobrovoľníctvo. In: Súhrnná správa o stave spoločnosti. Slovensko 2007, Inštitút pre verejné otázky, 2008

vysvetľovanie a správne používanie pojmov, nezamieňanie poukazovania podielu osobitnej dane (asignácia 2%) za charitu či firemnú filantropiu. O tom, že ešte stále je čo vysvetľovať a zlepšovať svedčí aj skutočnosť, že až 46 % respondentov sa nezaujíma o to, ako firmy narábajú so svojimi peniazmi, pretože ani im osobne, ani ich okoliu to nič neprinesie. A práve to je v tejto oblasti zásadný omyl.

## Asignácia 2%

Asignáciu 2% uvádzame v tomto prehľade, pretože ide o mechanizmus participácie jednotlivcov i firiem s cieľom podporiť (hoci nie vlastnými prostriedkami) verejnoprospešný účel. Ako taký zohráva rolu vo fundraisingu a zároveň ovplyvňuje aj darcovské správanie sa.

V r. 2010 bol zaznamenaný výrazný pokles oproti r. 2009. Z údajov vyplýva, že oproti roku 2009 došlo k poklesu vo výške €11 miliónov, čo predstavuje **20%** pokles z celkovej poskytnutej sumy a aj oproti r. 2008 to predstavuje pokles vo výške približne €3 mil.

Fyzické osoby poukázali 15,5 milióna €, čo predstavuje pokles o 12%. Právnické osoby poukázali 28,6 milióna €, čo predstavuje pokles o 24%.

	<b>Celková suma</b>	<b>Fyzické osoby</b>	<b>Právnické osoby</b>
2009	55 180 237,47 €	17 684 264,20 €	37 495 973,27 €
2010*	44 146 786 €	15 553 064 €	28 591 712 €
zmena	<b>- 20%</b>	<b>- 12%</b>	<b>- 24%</b>

\* Zdroj Daňové riaditeľstvo SR

„V r. 2009 celková suma dosiahla **55,2 milióna eur** (1,66 mld. Sk) pre **8 992** prijímateľov, čo z hľadiska celkového objemu prostriedkov predstavuje 17-percentný nárast oproti r. 2008 roku (1,42 mld. Sk).

Suma získaná z mechanizmu 2-percentného podielu z dane za obdobie posledných štyroch rokov medziročne rástla tempom 10 – 20 percent. Rovnako za posledné štyri roky narástol aj počet organizácií, ktoré sa uchádzali o získanie 2 percent z dane a v súčasnosti sa **za prijímateľov registruje vyše štvrtina všetkých mimovládnych neziskových organizácií.**“

Mechanismus je tak výrazne citlivý na ekonomický vývoj, ktorý v uvedenom období zaznamenal prepad, znížila sa ziskovosť firiem a znížili sa aj príjmy obyvateľstva. Nové zmeny v mechanizme, ktoré schválila vláda Róberta Fica koncom roku 2009 by sa mali prejaviť v roku 2011, kedy dôjde k uplatňovaniu „matchovania“ 0,5% zo zisku firiem, tak aby mohli uplatniť 2% z dane a dajú sa tak očakávať ďalšie výkyvy.

Pozitívne sa dá hodnotiť v r. 2010 reakcia verejnosti i podnikateľskej sféry na povodne v podobe masívnej podpory zbierok, ktoré vyhlásilo viacero významných humanitárnych a cirkevných organizácií. Nie je teda pravdou tvrdenie, že 2% mechanizmus oslabuje filantropické inštinkty.

V Bratislave, marec 2011