

Firemná filantropia

Prístupy a iniciatívy

Konferencia nadácií 2005
Bratislava
12.-13. 9. 2005

Eduard Marček

OBSAH PREZENTÁCIE

1. Spolupráca podnikateľského a neziskového sektora, firemná filantropia
2. Oblasť podpory, rozhodovanie o podpore, ocenenia
3. Podnikové nadácie
4. 2% dane z príjmu právnických osôb a filantropia
5. Zmeny, informácie

FORMY SPOLUPRÁCE MEDZI PODNIKATEĽSKÝM A NEZISKOVÝM SEKTOROM

Forma spolupráce

- ☺ **Darcovstvo, filantropia**
- ☺ **Sponzoring**
- ☺ **2% dane z príjmu právnickej osoby**
- ☺ **Vedenie kampaní**
- ☺ **Dobročinný (cause-related) marketing**
- ☺ **Partnerstvá pri regionálnom a komunitnom rozvoji**

Motív spolupráce zo strany biznisu

- > **Filantropický**
- > **Komerčný (publicita)**
- > **Zmiešaný (pomoc, publicita)**
- > **Komerčný (publicita) alebo filantropický**
- > **Komerčný (zvýšený predaj)**
- > **Spoločenský (rozvoj komunity)**
Komerčný (európske zdroje)



FIREMNÁ FILANTROPIA

Firma je ochotná venovať

- ★ **vlastné zdroje** na podporu verejnoprospešného alebo vzájomneprospešného účelu
- ★ **bez nároku na nejakú protihodnotu alebo protislužbu** zo strany neziskovej organizácie.

Pojmová nejasnosť, zamieňanie s inými formami, napr. so sponzoringom, 2% dane...

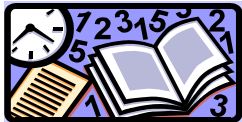
Podoby firemnej filantropie:

★ Finančná:



- Peňažné dary
- Zrážky zo mzdy zamestnancov, prípadne ich znásobenie firmou

★ Nefinančná:



- Vecné dary
- Dobrovoľníctvo a čas zamestnancov
- Prenos skúseností, know-how, poskytovanie služieb
- Spolurozhodovanie o organizácii, členstvo v správnej rade

OBLASTI PODPORY ZO STRANY FIRIEM

Najčastejšie oblasti podpory

- šport
- zdravotníctvo (nemocnice)
- miestna podpora
- vzdelávanie (školy)
- deti a mladí ľudia
- sociálna starostlivosť (DD, sociálne ústavy)

Najmenej podporované

- ľudské a menšinové práva
- ochrana životného prostredia



Podľa prieskumov:

- 📖 1996 - Slovenský výbor Európskej kultúrnej nadácie
- 📖 1997 - Nadácia Rozum a cit
- 📖 1999 - Nadácia pre občiansku spoločnosť
- 📖 2002 - Junior Achievement Slovensko – Mládež pre budúcnosť
- 📖 2002 - PANET
- 📖 2003-2004 - Inštitút pre verejné otázky

ROZHODNUTIA O PODPORE ZO STRANY FIRIEM

Čo pomáha?







- prospešnosť a kvalita projektu**
- finančná situácia podniku**
- záujem o podporovanú činnosť**
- dobré meno podporovanej organizácie**
- istota o dobrom využití prostriedkov**

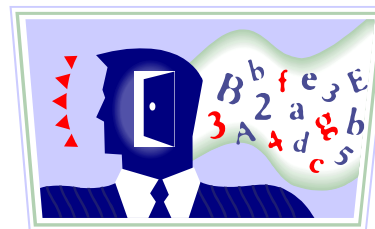
- očakávanie pozitívnej publicity**
- očakávanie posilnenia značky**
- podpora dôveryhodnosti firmy**

Čo prekáža?

- vzájomná nedôvera**
- nepochopenie, predsudky**
- nedostatok informácií**
- nedostatok disponibilných prostriedkov**
- neistota o použití zdrojov**
- nedostatočná profesionalita a efektívnosť MNO**
- dôveryhodnosť a transparentnosť**
- (nízke odpisy poskytnutých darov z daní)**

Podľa prieskumov:

-  1996 - Slovenský výbor Európskej kultúrnej nadácie
-  1997 - Nadácia Rozum a cit
-  1999 - Nadácia pre občiansku spoločnosť
-  2002 - Junior Achievement Slovensko – Mládež pre budúcnosť
-  2002 - PANET
-  2003-2004 - Inštitút pre verejné otázky



OCENENIA DARCOVSTVA

Rok	DAR ROKA Slovenská humanitná rada	VIA BONA Nadácia Pontis
1997	Procter & Gamble, Bratislava	
1998	SCP, a. s, Ružomberok	Chemosvit, a.s., Svit
1999	SCP, a. s, Ružomberok	Kopa, s.r.o., Košice
2000	SCP, a. s, Ružomberok	
2001	Slovakofarma, a. s., Hlohovec	
2002	SPP, a.s., Bratislava	ING Group, Bratislava
2003	SPP, a.s., Bratislava	U.S. Steel Košice, s.r.o., Košice
2004	Kolektív pracovníkov a študentov Fakulty zdravotníctva a sociálnej práce Trnavskej univerzity, Trnava	Orange Slovensko, a.s., Bratislava Agentúra MANNA, Bratislava

POROVNANIE DAROV A 2% DANE Z PRÍJMU PRÁVNICKÝCH OSÔB

Rok	Hodnota darov právnických osôb v Sk	2% dane z príjmu právnických osôb v Sk
1998	374 834 123	
1999	287 855 110	
2000	577 495 014	
2001	742 458 669	
2002	1 371 931 112	
2003	426 692 517	
2004		569 256 498
2005		582 076 377*

Maximálne možné 2% PO:

613 990 561 Sk

Miera využitia PO: **92,71 %**



* Odhad pri rovnakej miere využitia
92,71% ako v predchádzajúcom roku

2 % DANE Z PRÍJMU PRÁVNICKÝCH OSÔB



- ② Inštitút asignácie pre FO od roku 2001 (2002), pre PO od 2003, 1% > 2%
- ② 2% firmy oceňujú a využívajú
- ② Pomáha vzájomnej komunikácii, networkingu, profesionalizácii MNO, prezentácii navonok
- ② Tlak na transparentnosť a „konkurencieschopnosť“ MNO pri oslovovaní o podporu
- ② Nové podnikové nadácie – veľké firmy obmedzujú spoluprácu s existujúcimi nadáciami
- ② Použitie prostriedkov na verejnoprospešné účely niekedy diskutabilné

PODNIKOVÉ NADÁCIE

- ★ Zakladateľ firma, právnická osoba
- ★ Zdroje z darov firmy alebo 2% dane z príjmu PO
- ★ Kapacitne a organizačne (materiálne, personálne, finančne, apod.) prepojené s firmou
- ★ Väčšinou nesú názov firmy alebo jeho časť
- ★ Ciele a priority môžu byť prepojené s podnikateľskými cieľmi (napr. publicita, PR)
- ★ Niekedy zamerané na cieľové skupiny totožné s podnikaním
- ★ Často bez skúseností a know-how z neziskového prostredia

Zahraničné: Citigroup Foundation, Shell Foundation, Holcim Foundation for Sustainable Construction

Domáce: Nadácia ZSNP a Slovalco, Nadácia Jednota COOP, Nadácia SPP, Nadácia VÚB, Nadácia ŽP

Neinvestičný fond: Konto Orange, n.f.

Nadačné fondy v iných nadáciach: LION (ING) v Nadácii SOCIA, TESCO Stores či ZSE v Nadácii Pontis

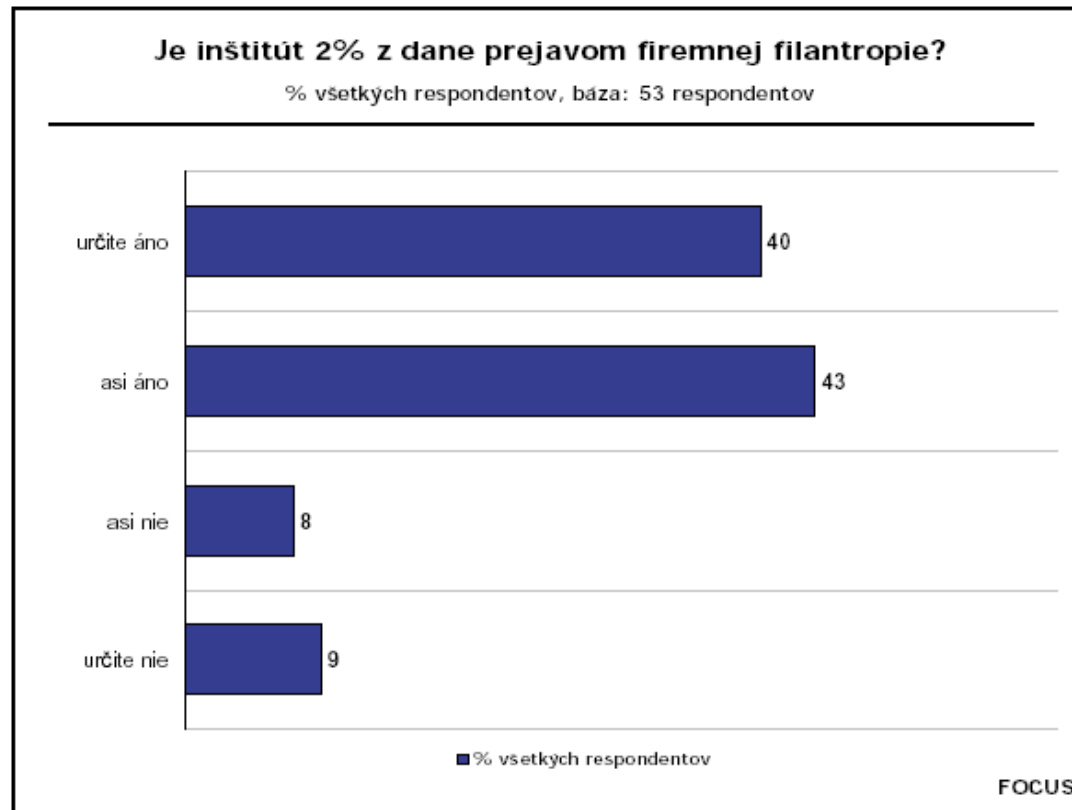


konto orange



2 % DANE Z PRÍJMU PRÁVNICKÝCH OSÔB A FILANTROPIA

- 2 Firmy považujú 2% dane za prejav firemnej filantropie – 83% stredne veľkých firiem*



* Zdroj: **2% dane právnických osôb**. Kvantitatívny reprezentatívny prieskum na vzorke 53 stredne veľkých firiem. Bratislava: Focus, Centrum pre sociálnu a marketingovú analýzu pre Nadáciu pre deti Slovenska, 2005



2 % DANE Z PRÍJMU PRÁVNICKÝCH OSÔB A FILANTROPIA



Stredne veľké firmy (20-250 zamestnancov):

- ② Väčšina považuje 2% za adresnejší, efektívnejší a transparentnejší spôsob pridelovania zdrojov pre MNO ako cez ŠR > väčší balík
- ② 96% firiem presvedčených, že organizácie používajú prostriedky rozhodne alebo skôr účelne
- ② **Len ¼ firiem má záujem o zviditeľnenie/propagáciu podpory prostredníctvom 2%**
- ② **Vôbec nepripúšťajú motív osobnej či firemnej ziskuchtivosti pri rozhodovaní o 2%**
- ② **66% stredne veľkých firiem zvykne darovať prostriedky (okrem 2%)** – aj pred zavedením
- ② **V budúcnosti sa chcú (rozhodne alebo pravdepodobne) do filantropie zapájať 2/3 firiem**

* Zdroj: **2% dane právnických osôb**. Kvantitatívny reprezentatívny prieskum na vzorke 53 stredne veľkých firiem. Bratislava: Focus, Centrum pre sociálnu a marketingovú analýzu pre Nadáciu pre deti Slovenska, 2005

2 % DANE Z PRÍJMU PRÁVNICKÝCH OSÔB A FILANTROPIA

- ② Pridelovanie verejných prostriedkov > **nie je filantropia, ani prejav SZP (CSR)**
- ② Firma investuje do prerozdelenia 2% vlastné zdroje (čas, prácu zamestnancov, komunikáciu) > **filantropický vklad**
- ② Veľké firmy: **nahrádzajú pôvodné dary zo zisku pridelovaním 2% dane**
- ② Stredne veľké firmy: **2% dane neovplyvňujú filantropické správanie**
- ② Malé firmy: **? ďalší nástroj na podporu ?**



AKO SA VYVÍJA SITUÁCIA?

- ➔ **Daňová reforma** (zrušenie odpisov darov z daní od 2004)
- ➔ **2% dane** z príjmov právnických osôb > výnos pre MNO rastie
- ➔ **Motivácia na darcovstvo** ešte viac **o osobnom presvedčení a morálke**
- ➔ **Komercializácia darcovstva** > sponzoring, dobročinný marketing, 2%
- ➔ Presadzovanie **spoločenskej zodpovednosti podnikania** (CSR)
- ➔ **Príklady a tlak konkurencie** (Business Leaders Forum), **transfer zo zahraničia**
- ➔ **Nárast ziskovosti** firiem > viac disponibilných zdrojov
- ➔ Spoločenská objednávka (?) > **potreby a tlak MNO**



SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE A PODPORA KOMUNITY



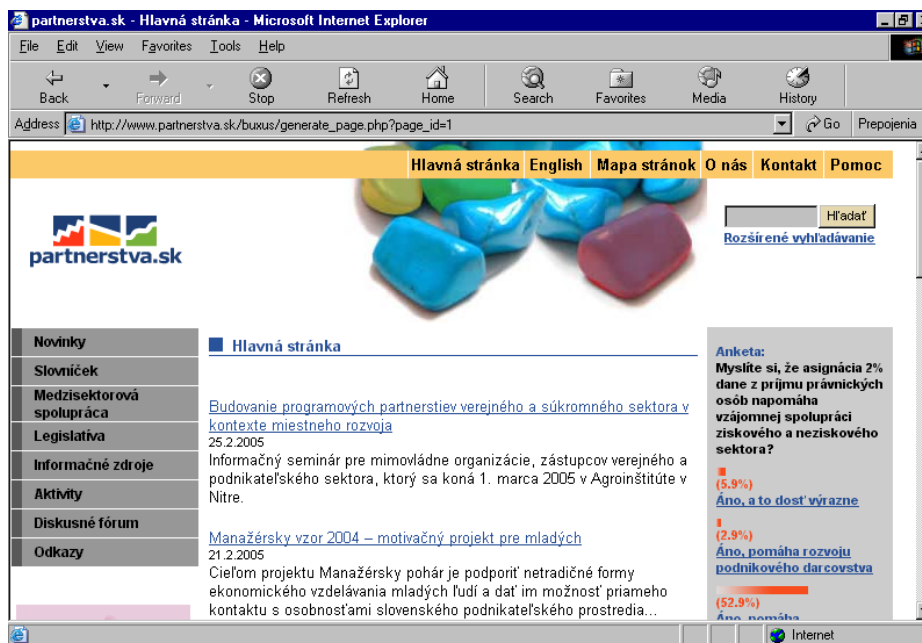
5. kapitola: Spoločensky zodpovedné podnikanie a podpora komunity

- Firemné občianstvo
- Firmy a mimovládne neziskové organizácie
- Motivácie spolupráce firmy a MNO
- Formy a obsah spolupráce firmy a MNO
- Ako pristupovať k tvorbe stratégie podpory komunity?
- Prínosy a riziká vzájomnej spolupráce
- Trendy v oblasti spolupráce podnikateľského a neziskového sektora

VIAC INFORMÁCIÍ



- Novinky
- Slovníček
- Medzisektorová spolupráca
- Legislatíva
- Informačné zdroje
- Aktivity
- Diskusné fórum
- Odkazy



Ďakujem za pozornosť!

Eduard Marček

PANET
Dlhá ul. 24
851 10 Bratislava

mobil: 0905-477468
e-mail: eduard@panet.sk
web: www.panet.sk
www.partnerstva.sk

