

IRB

REKOMENDACJE ZMIAN MECHANIZMU 1% PODATKU DOCHODOWEGO OD OSÓB FIZYCZNYCH

WYPRACOWANE W PROJEKCIE „1(00)% WSPARCIA DLA 3. SEKTORA”
REALIZOWANEGO PRZEZ INSTYTUT SPRAW OBYWATELSKICH
W RAMACH KOMPONENTU DZIAŁAŃ SYSTEMOWYCH W PRIORYTECIE 2:
DZIAŁANIA NA RZECZ ŚWIADOMEGO PRZEKAZYWANIA 1%
ORAZ WYKORZYSTANIA TEGO MECHANIZMU DLA WZMOCNIENIA III SEKTORA.

WSTĘP

W 2004 roku, rozliczając PIT za 2003 rok, podatnicy mieli pierwszy raz możliwość przekazania 1% podatku dochodowego wybranej organizacji pozarządowej. Zamysłem inicjatorów tego rozwiązania było wyrównywanie szans pomiędzy ogromną rzeszą małych fundacji i stowarzyszeń a dużymi organizacjami, które często posiadają pokaźne budżety, dostęp do mediów czy znaną twarz lidera/ambasadora. By uniknąć sytuacji, w których pieniądze te trafiają w „niepowołane ręce”, stworzono status organizacji pożytku publicznego. Fundacja czy stowarzyszenie (ale także w określonych przypadkach spółka), chcąc się nim posługiwać i korzystać z przywilejów, które ów status daje, musi spełniać określone warunki.

Możliwość pozyskiwania 1% przez OPP odgrywa ważną rolę nie tylko w wymiarze finansowym i filantropijnym, lecz także jest narzędziem do budowania kapitału społecznego, zwiększania zaufania i wspierania działań bliskich wartościom każdego z nas.

W przypadku wielu organizacji pieniądze z 1% stanowią ważne źródło w strukturze przychodów. Można zaryzykować stwierdzenie, że nawet niewielkie wpłaty są pieniędzmi, które dają większy spokój członkom zarządów i zwiększają bezpieczeństwo (choćby zatrudnienia, lepszego planowania), a co za tym idzie – skuteczniejszej realizacji misji.

W debacie publicznej pojawia się coraz więcej głosów negujących 1% dla OPP. Wśród argumentów wymienia się między innymi: „zabijanie” filantropii – zamiast jej rozwijania (zastępowanie przekazywania darowizn odpisami z 1% podatku), „prywatyzację” 1% (subkonta), zbyt duże środki przeznaczane na reklamę (w tym przede wszystkim „sztywne” mechanizmy) czy niską transparentność w wydatkowaniu tych pieniędzy.

W jednym z artykułów w „Polityce” czytamy:

Nie myśleliśmy [...], że obywatele aż w takiej skali dadzą pieniądze na tego, kto głośniejszy, kto bardziej szarpnie ich emocjami albo na tego, czyje dane wyskoczą w okienku komputerowego programu do rozliczania PIT. A już na pewno nikt nie przewidywał, że pieniędzmi przeznaczonymi na pożytek publiczny będzie można wesprzeć krewnych i znajomych, że dojdzie do – można powiedzieć – prywatyzacji pożytku publicznego¹.

Trudno nie zgodzić się z powyższym. Trudno też nie zgodzić się z faktem, że fundacje i stowarzyszenia, które prowadzą działania rzecznicze czy strażnicze, mają dużo trudniej niż charytatywne czy usługowe. Nie umniejszając roli żadnej z nich, doceniając, jak ważne społecznie działania prowadzą, powiedzmy sobie szczerze – trudno „konkurować” z chęcią pomocy najsłabszym i niesamodzielnym czy dramatami ludzkimi. Nie ma też co się oburzać na te organizacje, które dobrze sobie radzą z pozyskiwaniem środków. Przez ponad 25 lat wolności nie stworzono mechanizmów, które dawałyby równe szanse i małym, i dużym. Mówiąc wprost, to elity polityczne są odpowiedzialne za tak niski poziom zaufania społecznego i deficyt uwagi.

W dyskursie wciąż zbyt mało przestrzeni poświęca się na komunikowanie, co organizacje zrobiły dzięki środkom z 1%. Zbyt rzadko również organizacje dziękują osobom, które je wspierają. Niemniej jednak, wskazywanie przede wszystkim na negatywne strony mechanizmu 1% jest niepotrzebnym utrwalaniem stereotypów. Z roku na rok oczekiwania społeczne od fundacji i stowarzyszeń co do ich profesjonalizacji, zakresu działań, skuteczności są coraz ambitniejsze. Ale nie oszukujmy się – jeśli chcemy,

1. R. Socha, *Hurtownicy miłości*, „Polityka” 27.01.2010, [online:] <<http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1502335,1,przekrety--z-jednym-procentem.read>> [dostęp: 5.09.2015].

by organizacje były silne i niezależne, potrzebne są pieniądze. Od opinii publicznej, a nawet części polityków, usłyszeć można, że organizacje powinny działać bezkosztowo. Co więcej, część organizacji sama utwierdza innych w takim przekonaniu, wskazując np. na braki kosztów administracyjnych. Powiedzmy to sobie szczerze – bezkosztowo mogą działać organizacje hobbystyczne (i to w ograniczonym zakresie), a nie organizacje, które mają wprowadzać realne systemowe zmiany społeczne.

Kolejną ważną kwestią, uznawaną czasem nawet jeszcze za temat tabu, są mechanizmy „twarde” pozyskiwania 1% podatku dochodowego od osób fizycznych. Być może Twoja organizacja korzystała z wpisywania się „na sztywno” w programy do rozliczania PIT. Jeśli nawet nie, zapewne nieraz zdarzyło Ci się widzieć w prasie dodawane w formie insertu, bezpłatne płyty z programem do rozliczania PIT, darmowe programy do wypełnienia zeznań do urzędu skarbowego w Internecie czy bannery zachęcające do bezpłatnego pobrania takowych. Warto to powiedzieć głośno – to przede wszystkim właśnie tego rodzaju zabiegi pozwalają zdobywać organizacjom duże kwoty z 1% (oczywiście obok subkont, które zresztą coraz częściej również stosują „twarde” mechanizmy). Być może Twoje dotychczasowe wyobrażenia na temat tego, ilu sympatyków w sposób świadomy przekazuje 1% organizacjom z czołówki listy OPP, właśnie legły w gruzach. Nie ma jednak co potępiać takich organizacji. W końcu kampania 1% to jedna z niewielu kampanii fundraisingowych, która ma największy poziom zwrotu z inwestycji, tak zwany ROI (z ang. *Return of Investment*), zarówno do świadomych, jak i nieświadomych podatników. Budzi niepokój fakt, że wśród sektora pozarządowego nie ma jednego wspólnego głosu co do nowego mechanizmu i etyki w pozyskiwaniu 1%. Skutkuje to tym, że fundacje i stowarzyszenia osłabiają swoją pozycję, czego przykładem jest chociażby nowelizacja ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie. Rodzi się obawa, że dalsze utrzymywa-

nie takiego stanu doprowadzi do sytuacji, w której trzeci sektor w obliczu konfliktów i skandali będzie coraz mniej wiarygodny w realizacji misji swoich organizacji.

To, czego warto wymagać więcej od NGO, to przejrzystość w wydatkowaniu środków i mówieniu o rezultatach pracy. Ale jeszcze ważniejsza wydaje się troska o realizację misji organizacji. Drucker pisał, że „Organizacje istnieją dzięki swej misji i dla niej. [...] Jeśli stracimy misję z oczu, organizacja zacznie tracić rozpęd”².

W kontekście nadchodzących zmian szczególnie ważne staje się budowanie długotrwałych relacji z sympatykami i darczyńcami organizacji, którzy angażują się w działania fundacji czy stowarzyszeń. Odpowiednie zarządzanie tymi relacjami i dbanie o nie wydaje się jednym z niewielu sposobów budowania siły organizacji, odpornych na zmiany prawne.

.....
2. P. Drucker, *Zarządzanie organizacją pozarządową. Teoria i praktyka*, Warszawa 1995.
.....

REKOMENDACJE ZMIAN DLA MINISTERSTWA RODZINY PRACY I POLITYKI SPOŁECZNEJ ORAZ MINISTERSTWA FINANSÓW

W toku prac nad projektem „1(00)% wsparcia dla 3. sektora” przygotowaliśmy zestaw rekomendacji, które w naszej opinii przyczynią się do systemowej zmiany mechanizmu 1% podatku.

- 1. Umożliwienie emerytom i rencistom przekazania 1% podatku dochodowego na rzecz OPP, bez konieczności rezygnowania z pomocy rozliczania deklaracji podatkowej przez ZUS.**
- 2. Zasilenie nieprzekazanymi odpisami 1% Funduszu Wspierania Organizacji Pozarządowych i/lub Funduszu Inicjatyw Obywatelskich, które będą rozdysponowane na zasadach zadań publicznych zlecanych organizacjom.**
- 3. Przekazanie na wzór Węgier – corocznie/każdorazowo – do Funduszu Wspierania Organizacji Pozarządowych z budżetu państwa równowartości sumy, którą podatnicy zdecydowali się przekazać na rzecz OPP.**
- 4. Wsparcie i promocja lokalnych koalicji tworzonych przez samorządy, media oraz organizacje lokalne w celu zachęcania do przekazywania 1% dla OPP z regionu.**
- 5. Zwiększenie czasu antenowego w mediach publicznych przeznaczonego dla OPP, w tym**

- umożliwienie OPP emisji spotów związanych z kampanią 1%.
6. Uwzględnienie w Programie Funduszu Inicjatyw Obywatelskich (FIO) – większego wsparcia działań fundraisingowych organizacji, w tym kosztów prowadzenia kampanii 1%.
 7. Rozpoczęcie/zainicjowanie przez Ministerstwo Rodziny Pracy i Polityki Społecznej, Radę Działalności Pożytku Publicznego i/lub Pełnomocnika Rządu ds. społeczeństwa obywatelskiego i równego traktowania debaty celem wypracowania konkretnych rozwiązań mechanizmu, który będzie wspierał rozwój małych, lokalnych organizacji.
 8. Zlikwidowanie możliwości przekazywania 1% na subkonto, czyli na rzecz konkretnych podopiecznych danej OPP. Mechanizm 1% miał wspierać działalność pożytku publicznego na rzecz dobra wspólnego, a nie konkretne osoby. W przypadku braku woli politycznej do takiej zmiany, rekomendujemy, na wzór Słowacji, wprowadzenie możliwości przekazania przez podatników 2% podatku dochodowego na rzecz OPP. Dodatkowy 1% miałyby wspierać wyłącznie działalność pożytku publicznego na rzecz dobra wspólnego.



**KLIKNIJ, ABY PRZECZYTAĆ
CAŁY RAPORT „TYLKO
JEDEN, A PROCENTUJE”**

INSTYTUT SPRAW OBYWATELSKICH



GŁOS OBYWATELI

Instytut Spraw Obywatelskich (INSPRO) jest organizacją pozarządową niezależną od partii politycznych. Od 2004 roku słuchamy głosu obywateli i zamieniamy go w czyn. Naszym celem są systemowe zmiany społeczne. Marzy nam się Polska szczęśliwych obywateli, którzy czują się odpowiedzialni za swoją rodzinę, dom, ulicę, miasto i państwo. Marzy nam się Polska ułatwiająca obywatelom dbanie o dobro wspólne i angażowanie się w życie publiczne. Marzy nam się Polska, w której władza słucha obywateli i razem z nimi polepsza jakość codziennego życia.

KONTAKT

Instytut Spraw Obywatelskich (INSPRO)
ul. Pomorska 40, 91-408 Łódź
tel./fax: 42 630 17 49
e-mail: kontakt@inspro.org.pl

INICJATYWY INSPRO



JAK DZIAŁAMY?

Wprowadzamy zmiany społeczne dzięki łączeniu działań eksperckich (think tank) z oddolną mobilizacją obywatelską (action tank). Naszą specjalnością są kampanie obywatelskie oraz działania rzecznicze i strażnicze. Przeprowadzamy akcje mobilizacyjne, organizujemy debaty i konferencje, animujemy zbiórki podpisów pod petycjami, opracowujemy ekspertyzy i raporty, inicjujemy happeningi i pikiety, monitorujemy i kontrolujemy, szkolimy i doradzamy, prowadzimy dialog z decydentami.