

BS/77/2013

NIEUFNI CZY ZAPOMINALSCY?

O ODPISIE PODATKOWYM

NA RZECZ ORGANIZACJI

POŻYTKU PUBLICZNEGO

Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 11 stycznia 2013 roku



Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Żurawia 4a, 00-503 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

- ▶ Od 2007 roku odnotowujemy wzrost odsetka podatników korzystających z odpisu 1% swojego podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego. W tym roku ponad połowa (55%) zadeklarowała, że wsparła w ten sposób organizacje pozarządowe.
- ▶ Medialne informacje dotyczące nadużyć w kilku organizacjach charytatywnych miały stosunkowo niewielki wpływ na decyzję o przekazaniu 1% podatku organizacjom pozarządowym. Trzy czwarte podatników, którzy słyszeli o tych doniesieniach (75%), deklaruje, że nie miały one żadnego wpływu na ich decyzję. Co ósmy (12%) przyznaje, że postanowił nie dokonywać odpisu na rzecz organizacji pożytku publicznego, a co dziewiąty (11%) uważniej wybierał organizację, którą chciał wesprzeć w ten sposób.
- ▶ Najczęstszym powodem zaniechania odpisu podatkowego na rzecz organizacji pozarządowych był brak czasu bądź zapomnienie (27% podatników samodzielnie rozliczających się z fiskusem, którzy nie dokonali odpisu), a w drugiej kolejności – brak zaufania do tych organizacji (17%).
- ▶ Wspierając organizacje charytatywne 1% swojego podatku badani najczęściej kierowali się chęcią niesienia pomocy konkretnej osobie, którą znają osobiście lub o której słyszeli (44% podatników–darczyńców), a także sympatią dla danej organizacji (42%).

Od 2003 roku organizacje pozarządowe mogą się starać o status organizacji pożytku publicznego i korzystać z odpisów 1% podatku od osób fizycznych. Od 2007 roku monitorujemy skalę tego zjawiska i odnotowujemy wzrost popularności odpisu na rzecz organizacji pozarządowych. W tym roku¹ postanowiliśmy przyjrzeć się bliżej motywacjom podatników rozważających wsparcie tych organizacji odpisem podatkowym. Ile jest w tym społecznego zaangażowania, a ile chęci uszczuplenia kwot, jakie wpływają do kasy państwowej? Interesowało nas również, jaki wpływ na decyzję o przekazaniu części swojego podatku organizacjom pozarządowym miały doniesienia medialne na temat nieprawidłowości w wydatkowaniu pieniędzy w fundacjach Kidprotect.pl i „Maciuś”. Sprawy te zostały nagłośnione stosunkowo niedługo przed terminem składania zeznań podatkowych.

ORGANIZACJE POŻYTKU PUBLICZNEGO

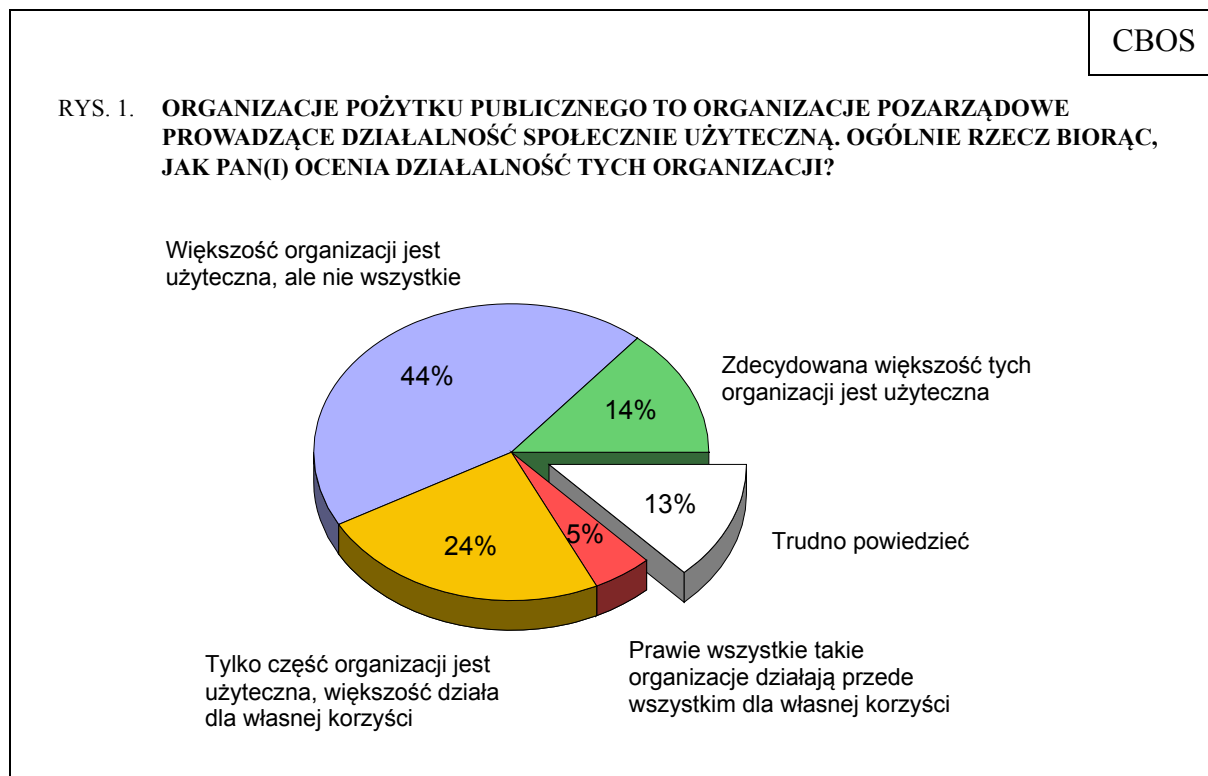
Od początku transformacji ustrojowej dynamicznie rozwijają się w Polsce organizacje pozarządowe. Jednak poziom zaangażowania Polaków w pracę tego typu organizacji nie jest wysoki. W zeszłym roku co trzeci Polak deklarował taką aktywność². Opinie na temat wartości dodanej, jaką wnoszą te organizacje do życia społecznego, są podzielone.

Przeważa pogląd, że większość organizacji pożytku publicznego jest społecznie użyteczna i choć w ich działalności zdarzają się nieprawidłowości, to są one rzadkie (44%). Jedna czwarta badanych (24%) cechuje się jednak dużą dozą sceptycyzmu i skłania ku przekonaniu, że większość tych organizacji działa dla własnej korzyści, a tylko część jest nastawiona na pracę społeczną. Co siódmy respondent (14%) zgadza się z opinią, że

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (276) przeprowadzono w dniach 9–15 maja 2013 roku na liczącej 1101 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

² Zob. komunikat CBOS „Aktywność społeczna w organizacjach obywatelskich”, luty 2012 (oprac. R. Boguszewski).

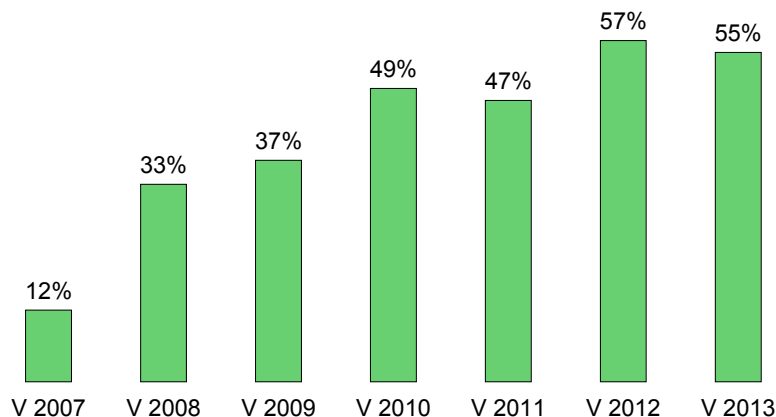
zdecydowana większość organizacji pożytku publicznego działa w interesie społeczeństwa. Tylko co dwudziesty (5%) twierdzi, że prawie wszystkie kierują się przede wszystkim własną korzyścią.



Obywatele mogą wspierać organizacje charytatywne na wiele sposobów. Jednym z nich, dostępnym dla osób fizycznych płacących podatki w Polsce, jest odpis 1% należnego podatku na rzecz organizacji, które figurują w rejestrze organizacji pożytku publicznego. Od 2007 roku monitorujemy popularność tego odpisu wśród podatników samodzielnie rozliczających się z fiskusem³ i odnotowujemy wzrost odsetka podatników korzystających z takiej możliwości wsparcia organizacji pozarządowych. W tym roku ponad połowa (55%) zadeklarowała, że wsparła organizacje pożytku publicznego 1% swojego podatku.

³ Pytanie zostało zadane jedynie tym, którzy rozliczali się sami. Osoby, które rozliczają się za pośrednictwem zakładu pracy bądź ZUS, nie mają możliwości dokonania takiego odpisu.

RYS. 2. PODATNICY SAMODZIELNIE ROZLICZAJĄCY SIĘ Z FISKUSEM, KTÓRZY SKORZYSTALI Z MOŻLIWOŚCI PODAROWANIA 1% SWOICH PODATKÓW WYBRANEJ ORGANIZACJI LUB KILKU ORGANIZACJOM POŻYTKU PUBLICZNEGO



Na decyzję o przekazaniu 1% podatku organizacjom trzeciego sektora po części wpływa poziom zaufania do nich. Podatnicy korzystający z odpisu mają lepsze zdanie o roli organizacji pozarządowych w budowaniu dobra wspólnego, niż ci, którzy nie korzystają z możliwości dokonania takiego odpisu. Należy jednak podkreślić, że również większość podatników nieprzekazujących 1% swojego podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego ma do nich względne zaufanie (56%).

Tabela 1

| Oceny użyteczności organizacji pożytku publicznego | Wskazania podatników* | |
|---|--------------------------------|-----------------------------------|
| | dokonujących 1% odpisu (N=392) | niedokonujących 1% odpisu (N=288) |
| | w procentach | |
| Zdecydowana większość tych organizacji jest użyteczna | 21 | 10 |
| Większość organizacji jest użyteczna, ale nie wszystkie | 50 | 46 |
| Tylko część organizacji jest użyteczna, większość działa dla własnej korzyści | 22 | 25 |
| Prawie wszystkie takie organizacje działają przede wszystkim dla własnej korzyści | 2 | 7 |
| Trudno powiedzieć | 5 | 12 |

* Podatnicy samodzielnie rozliczający się z urzędem skarbowym

NIEPRZEKONANI CZY ZABIEGANI?

Przedstawione dane pokazują, że niemal połowa osób zobowiązanych do złożenia formularza PIT nie wypełniła rubryki pozwalającej na przekazanie 1% podatku na rzecz wybranej organizacji pożytku publicznego. Z argumentacji tych osób wynika, że w przyszłości można oczekiwać wzrostu odsetka podatników dokonujących takiego odpisu.

Mniej więcej co czwarta osoba z tej grupy (27%) twierdzi, że miała zamiar przekazać 1% swojego podatku, ale zabrakło jej czasu lub zapomniała to zrobić. Natomiast co szósta (17%) uzasadniała swoją decyzję brakiem zaufania do organizacji pożytku publicznego. Co siódmy podatnik, który nie skorzystał z tego odpisu (15%), deklaruje, że nie wiedział, jak to zrobić, a co siedemnasty (6%) w ogóle nie zainteresował się tą kwestią. Co dwudziesty (5%) uznał, że wyliczona kwota była zbyt niska, żeby zadawać sobie dodatkowy trud. Trzech na stu (3%) podatników, którzy nie przekazali 1% swojego podatku, twierdzi, że nie miało takiej możliwości. Sześciu na stu (6%) rzeczywiście nie mogło odpisać 1% swojego podatku, gdyż ich dochód nie przekroczył kwoty wolnej od podatku. Dwóch na stu (2%) pozostawiło rozliczenie podatku osobom trzecim, które nie dokonały takiego odpisu. Co dziewiąty (11%) wymienił inny powód.

ODPOWIEDZI BADANYCH SAMODZIELNIE ROZLICZAJĄCYCH SIĘ Z FISKUSEM, KTÓRZY NIE PRZEKAZALI 1% SWOJEGO PODATKU ORGANIZACJOM POŻYTKU PUBLICZNEGO (N=288)



STRATEGIE WYBORU ORGANIZACJI

Osoby, które przekazały 1% swojego podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego, poprosiliśmy o podanie motywów, jakimi kierowały się przy jej wyborze. Uzyskane wyniki pokazują, że krzywda i potrzeby innych mobilizują Polaków do działania. Niemal połowa podatników, którzy dokonali odpisu podatkowego na rzecz jakiejś organizacji (44%), chciała pomóc konkretnej osobie, którą знаła lub o której słyszała. Niemal równie często (42%) okazywało się ważne, jaki typ działalności prowadzi dana organizacja, czy jej cele i działania są bliskie danej osobie. Co szósty (17%) wskazał na renomę organizacji jako czynnik, który wpłynął na jego decyzję. Tylko pięciu na stu podatników–darczyńców (5%) przyznało, że nie interesowali się działalnością organizacji, którą wsparli. Liczyło się wyłącznie uszczuplenie sumy, która w formie podatku trafiła do budżetu państwa. Tyle samo osób (5%) pozostawiło wybór organizacji komuś innemu. Czterech na stu (4%) kierowało się reklamą.

Tabela 2

| Czym kierował(a) się Pan(i) podejmując decyzję o wsparciu tej organizacji? Wsparł(e)a(m) organizację: | Odsetki badanych samodzielnie rozliczających się z fiskusem, którzy przekazali 1% swojego podatku organizacji pożytku publicznego (N=392) |
|---|---|
| – która pomaga konkretnej osobie znanej mi osobiście lub ze słyszenia | 44 |
| – której cele i działalność znam i popieram | 42 |
| – która jest powszechnie znana, działa już od dawna | 17 |
| – bez szczególnego zainteresowania jej działalnością, byle tylko przekazać część mojego podatku | 5 |
| – z której reklamą (telewizyjną, prasową, na bilbordzie itp.) się zetknąłem(a)m | 4 |
| Pozostawiłem(a)m wybór organizacji pożytku publicznego komuś innemu | 5 |
| Inny powód | 4 |
| Trudno powiedzieć | 1 |

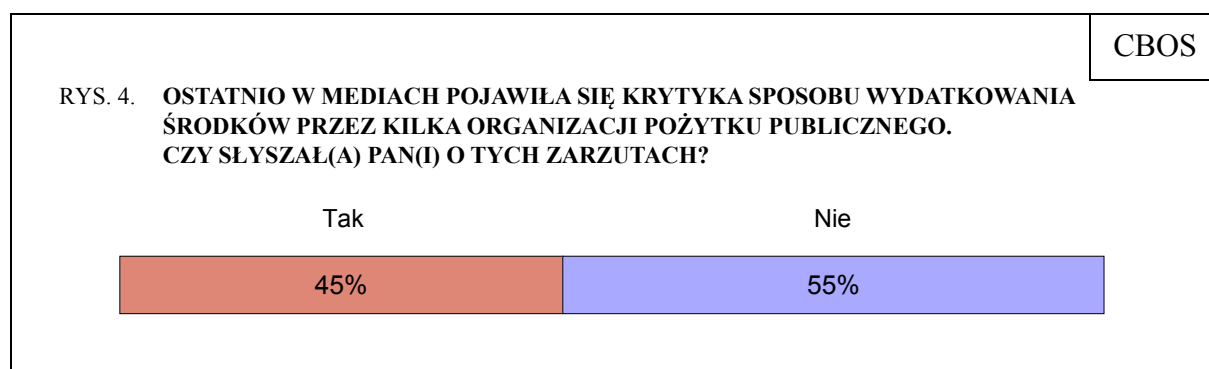
Procenty nie sumują się do 100, ponieważ badani mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź

WPLYW MEDIALNYCH DONIESIEŃ NA DECYZJĘ O PRZEKAZANIU 1% PODATKU ORGANIZACJI POŻYTKU PUBLICZNEGO

W lutym tego roku szef fundacji Kidprotect.pl przyznał, że wydawał jej pieniądze na cele prywatne, doprowadzając tym zarządzaną przez siebie organizację na skraj bankructwa. Został oskarżony o niegospodarność i działanie na szkodę organizacji. W marcu prokuratura wszczęła śledztwo przeciwko Polskiej Fundacji Pomocy Dzieciom „Maciuś”,

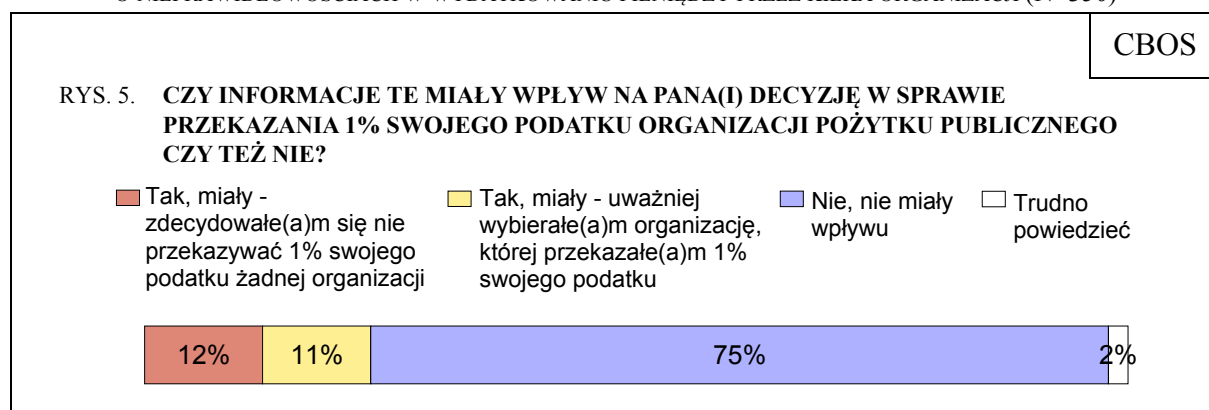
która wydawała większość pieniędzy od darczyńców na obsługę własnej działalności, a tylko niewielką ich część na cele statutowe. Obie głośne sprawy zaniepokoiły przedstawicieli innych organizacji pozarządowych. Obawiano się, że podkopią one zaufanie do nich. Nie bez znaczenia był fakt, że informacje te ujawnione zostały tuż przed terminem rozliczenia PIT, dającego możliwość odpisu 1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego.

Nasze badanie potwierdza, że medialne doniesienia na ten temat odbiły się szerokim echem. Słyszała o nich niemal połowa dorosłych Polaków (45%).



Wpływ medialnych informacji na decyzję o przekazaniu 1% swojego podatku wybranej organizacji był jednak stosunkowo mały. Trzy czwarte podatników samodzielnie rozliczających się z fiskusem, którzy słyszeli doniesienia o nieprawidłowościach w wydatkowaniu pieniędzy przez kilka organizacji (75%), twierdzi, że nie miały one żadnego wpływu na ich decyzję. Co ósmy (12%) przyznaje, że postanowił nie dokonywać odpisu na rzecz organizacji pożytku publicznego, a co dziewiąty (11%) uważniej wybierał organizację, którą chciał wesprzeć w ten sposób.

ODPOWIEDZI RESPONDENTÓW SAMODZIELNIE ROZLICZAJĄCYCH SIĘ Z FISKUSEM, KTÓRZY SŁYSZELI DONIESIENIA O NIEPRAWIDŁOŚCIACH W WYDATKOWANIU PIENIĘDZY PRZEZ KILKA ORGANIZACJI (N=350)



Co więcej, medialne informacje o wspomnianych nadużyciach nie miały też wpływu na opinie Polaków na temat użyteczności organizacji pozarządowych⁴. Zarówno wśród osób, które słyszały o tych doniesieniach, jak i wśród tych, które nic o nich nie wiedziały, mniej więcej równie często pojawiają się skrajne opinie wyrażające bądź to dużą ufność, bądź sceptycyzm co do użyteczności tego typu organizacji dla społeczeństwa. Jednak osoby, które nie słyszały o medialnych doniesieniach, dużo częściej niż pozostałe nie miały wyrobionego zdania na temat znaczenia organizacji pożytku publicznego dla rozwoju życia społecznego. Natomiast opinie wyrażające względne zaufanie bądź umiarkowaną nieufność rozkładają się w obu grupach podobnie.

Tabela 3

| Organizacje pożytku publicznego to organizacje pozarządowe prowadzące działalność społecznie użyteczną. Ogólnie rzecz biorąc, jak Pan(i) ocenia działalność tych organizacji? | Odpowiedzi badanych, którzy: | |
|---|-------------------------------------|---|
| | słyszeli o medialnych doniesieniach | nie słyszeli o medialnych doniesieniach |
| | w procentach | |
| Zdecydowana większość tych organizacji jest użyteczna | 15 | 14 |
| Większość organizacji jest użyteczna, ale nie wszystkie | 47 | 41 |
| Tylko część organizacji jest użyteczna, większość działa dla własnej korzyści | 27 | 20 |
| Prawie wszystkie takie organizacje działają przede wszystkim dla własnej korzyści | 5 | 6 |
| Trudno powiedzieć | 6 | 19 |



Ogólnie rzecz biorąc, Polaków cechuje duża nieufność. Trzy czwarte przyznaje, że w kontaktach z innymi zachowuje ostrożność⁵. Ten poziom nieufności jest jeszcze bardziej widoczny przy porównaniach z innymi nacjami⁶. Także organizacje pozarządowe nie cieszą się powszechnym zaufaniem. Badanie z 2005 roku⁷, którym objęto dwadzieścia państw świata, pokazuje, że chociaż zaufanie do organizacji charytatywnych w Polsce przeważa nad nieufnością, to nasz kraj plasuje się w tym rankingu zaufania tylko przed Chinami i Brazylią.

⁴ Pytanie o ocenę użyteczności organizacji pożytku publicznego zadano przed pytaniem o informacje w mediach na temat nieprawidłowości w wydatkowaniu środków przez niektóre organizacje.

⁵ Komunikat CBOS „Zaufanie społeczne”, styczeń 2012 (oprac. A. Cybulska).

⁶ J. Czapiński, „Kapitał społeczny” [w:] Diagnoza Społeczna 2011, dostępne online: http://www.diagnoza.com/pliki/raporty/Diagnoza_raport_2011.pdf

⁷ Komunikat CBOS „Zaufanie do rządu, przedsiębiorstw, ONZ i organizacji pozarządowych w 20 krajach świata”, styczeń 2006 (oprac. M. Wenzel).

Takie medialne informacje, jak te, które pojawiły się w związku z działalnością dwóch wspomnianych fundacji, na pewno nie pomagają w gromadzeniu kapitału zaufania, ale, jak pokazują wyniki naszego sondażu, na szczęście nie podkopują wizerunku całego sektora. Chociaż czas ukazania się informacji na ten temat był dość niefortunny, miały one – według uzyskanych deklaracji – zauważalny, choć ograniczony wpływ na decyzje o wsparciu organizacji pożytku publicznego 1% podatku. O nieprzekazaniu 1% podatku znacznie częściej decydował brak czasu bądź zapomnienie niż brak zaufania.

Nieufność do organizacji pozarządowych nie przesądza o zaniechaniu dokonania odpisu podatkowego na ich rzecz. Również wsparcie wybranej organizacji 1% swojego podatku niekoniecznie świadczy o zaufaniu do organizacji trzeciego sektora. Znaczna część badanych deklaruje, że przesłała 1% swojego podatku na prywatne subkonto, czyli wskazała konkretną osobę, która powinna zostać beneficjentem ich datku. Polscy podatnicy preferują wspieranie konkretnej, potrzebującej osoby, która dzięki ich zaangażowaniu otrzyma realną pomoc. Tendencja ta jest prawdopodobnie pochodną stosunkowo niskiego stopnia zaufania do organizacji pozarządowych.

Opracowała
Katarzyna KOWALCZUK