



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Zvýšily se dary firem po zvýšení limitu odpočtu „dary“?¹

(pomůcka pro předmět VF391 Bakalářský seminář)

Podnikatelský a neziskový sektor jsou finančně spojeny: firmy podporují veřejně prospěšné činnosti či projekty, resp. neziskové organizace, finančními nebo věcnými dary. Darování firem ovlivňuje řada faktorů. Kromě ochoty pomoci potřebným nebo zlepšení image (avšak dárcovství je nutno odlišit od sponzorování, které je explicitní propagací firmy) je to i úspora na dani z příjmů. Ve výzkumu provedeném Fórem dárců a sdružením Agnes v r. 2004 české firmy uvedly, že je daňová úspora k dárcovství pobízí a když darují, uplatňují daňovou úlevu. V českých podmínkách jde o odpočet od základu daně, který může uplatnit poplatník daně z příjmů právnických osob, když daruje na veřejně prospěšné účely a splní zákonem dané podmínky. Podle statistik Finanční správy, která má k dispozici data ze všech daňových příznání, roste jak počet poplatníků, kteří v daňovém příznání uplatnili daňovou úlevu související s darem, tak celková velikost odpočtu, resp. průměrný odpočet – viz tabulku 1 na str. 23 v bakalářské práci.

Výše odpočtu se odvozuje od velikosti daru a je omezena. V r. 1993 byl limit stanoven jako 2 % základu daně po snížení o jiné odpočty a postupně se zvyšoval až na současných 10 %. Jedním z poznatků výzkumu Fóra dárců bylo, že firmy by darovaly více, kdyby se zvýšil limit odpočtu. Na základě této informace a znalosti vývoje limitu odpočtu lze formulovat vhodný výzkumný problém pro bakalářskou práci, a to buď jako hypotézu *Firmy po zvýšení limitu odpočtu darovaly více*, nebo jako otázku *Darovaly firmy po zvýšení limitu odpočtu více?*

Za milník ve vývoji limitu odpočtu byla pro výzkum zvolena změna účinná od 1. 1. 2014, kdy se limit „5 + 5 %“, kdy dalších 5 % se vztahovalo jen na dary zejména vysokým školám a veřejným výzkumným institucím, zvýšil na 10 % na dary na všechny účely. Aby bylo možné ověřit danou hypotézu nebo odpovědět na zadanou otázku, je třeba porovnat stav darování firem před a po změně limitu odpočtu. Stav před a po se musí nějak vyjádřit - v případě darování firem se použije kvantitativní veličina, tj. hodnota darů.

Jak zjistit, kolik firmy darovaly? Nejprve prověříme, zda jsou požadovaná data někým shromažďována, resp. za jakých podmínek jsou dostupná. Firemní filantropií se v ČR zabývá Fórum dárců.² Bohužel, Fórum dárců nemá databázi darů českých firem. Účetní firemní data jsou evidována

¹ Tato případová studie byla inspirována psaním bakalářské práce Bc. Filipa Ribky *Veřejná podpora filantropie v letním semestru 2017/2018*, kterou vedla autorka případové studie (práce byla obhájena v červnu 2018 a je dostupná v InSIS VŠE v Praze). Formulace otázek neodpovídají přesně otázkám a výsledkům uvedeným v práci. Citace zdrojů, které nejsou uvedeny v případové studii, jsou k dispozici v bakalářské práci.

² Viz <https://www.donorsforum.cz/>.

v databázi AMADEUS.³ Ale ani v tomto případě nebudeme úspěšní, neboť v databázi nejsou data v čase od stejných firem. Nakonec prověříme možnost získat data z daňových přiznání (na Generálním finančním ředitelství). Avšak zjistíme, že individuální data o firmách nejsou v žádném případě přístupná. Publikovaná jsou data agregovaná, např. ta uvedená v tabulce v bakalářské práci. Pro výzkum, kdy chceme zjistit, zda změna ve zdanění ovlivnila chování daňových subjektů jsou však vhodnější tzv. mikrodata.

Když zjistíme, že požadovaná data nikdo nesbírá nebo že nejsou dostupná, zvážíme, zda jsme schopni si data sami obstarat. V takovém případě se pouštíme do sběru primárních dat. Primární data shromažďují především profesionální instituce, které na to mají personální a technické podmínky, u nás především státní instituce Český statistický úřad, ale také soukromé organizace, např. Trexima, spol. s r.o. či různé agentury zjišťující např. veřejné mínění. Je jasné, že student bakalářského studia má ve srovnání s profesionálními institucemi velmi omezené podmínky pro sběr primárních dat, nicméně, může to být pro něj výzva a zajímavá práce. A i když se mu pravděpodobně nepodaří, aby získal reprezentativní vzorek dat, mohou být výsledky jeho práce cenné. V každém případě při psaní své bakalářské práce osvědčí další dovednost.

Obvyklou metodou sběru primárních dat používanou studenty je dotazník. Jeho výhoda oproti rozhovoru spočívá v tom, že lze s menšími náklady získat data od většího počtu respondentů, zvláště když lze využít různé on-line nástroje, resp. zpřístupnit dotazník prostřednictvím internetu. Navíc, respondenti mohou zůstat anonymní, což je možná neodradí od vyplnění dotazníku. Na druhou stranu, protože to, na co se chceme zeptat, nelze v případě dotazníku dodatečně vysvětlit, musí být otázky formulovány naprosto jednoznačně a srozumitelně. Kdyby respondent pochopil otázku jinak, než bylo zamýšleno, poskytl by vlastně jinou odpověď. Otázky mohou být buď otevřené, bez předem daných odpovědí, což poskytuje respondentům větší prostor se vyjádřit nebo příležitost pro individuální odpovědi, nebo s nabídkou odpovědí, kdy vyplnění dotazníku pravděpodobně zabere respondentům méně času.

Aby byl sběr dat úspěšný (tj. aby byly otázky formulovány co nejlépe), je důležité stanovit, jaká přesně data se mají získat. Základním vodítkem by měl být cíl výzkumu. Cílem v tomto případě může být např. „Analyzovat dopad změny v limitu odpočtu na darování firem“. Dalším kritériem je postup, který bude při analýze dopadu změny použit. Nejjednodušší by bylo porovnat darování, vyjádřené výší darů, před a po změně limitu odpočtu. Ale v závislosti na získaných datech lze použít i statistické metody, např. t-test, pomocí kterého by se zjistilo, zda se výše darů po změně významně liší od výše darů před změnou. Je tedy potřeba získat kvantitativní data o hodnotách darů za minimálně dvě období.

Klíčovými otázkami v dotazníku budou „Jaká byla hodnota darů, které Vaše firma poskytla na veřejně prospěšné účely za zdaňovací období 2013?“, resp. „Jaká byla hodnota darů, které Vaše firma poskytla na veřejně prospěšné účely za zdaňovací období 2014?“. Je otázka, za jak dlouhé období se má efekt změny limitu měřit. Změna v legislativě se nemusí v chování poplatníka projevit bezprostředně, její efekt se může ukázat po delším období. Navíc, i když by se výše darů po změně v legislativě změnila, mohla by se po určité době vrátit na úroveň před změnou. Ideální by proto bylo zeptat se na hodnoty darů za jednotlivá léta 2014 až 2017 (podle toho, kdy se dotazník sestavuje). Podobně, mohlo by být vhodné zeptat se na hodnotu darů v delším období před r. 2014. Na druhou stranu, namísto „časových řad“ je možné zeptat se na jednu, průměrnou roční hodnotu za stanovené období (resp. jen za léta, kdy firma darovala), případně za období neurčité před a po 1. 1. 2014. V

³ O přístupu do databáze viz na https://www.vse.cz/zdroje/vypis.php?ID_zdroje=130.

nabídce odpovědí na obě otázky bude i odpověď „Naše firma nikdy na veřejně prospěšné účely nedarovala.“

Z porovnání hodnot darů před a po změně limitu odpočtu může vyplynout, že se darování firem po zvýšení limitu zvýšilo. Avšak bude jisté, že příčinou zvýšení darů byla změna limitu? Výhodou dotazníku je, že se na to můžeme respondentů zeptat. Do dotazníku vložíme otázku, zda firma uplatnila odpočet „dar na veřejně prospěšné účely“. Tato otázka bude určena jen pro respondenty, kteří někdy darovali. Protože respondent v předchozí otázce mohl vyčíslit dary za delší období, je třeba mu u této otázky nabídnout odpovědi vyjadřující, že odpočet nemusel uplatnit za každé zdaňovací období, ve kterém daroval. Pokud respondent na otázku o uplatnění odpočtu odpoví, že odpočet neuplatnil, nebo že ho neuplatnil vždy, když daroval, měl by mít možnost uvést důvod - doplníme další otázku s nabídkou možných důvodů.

V další otázce se přímo zeptáme, zda uplatnění odpočtu firmu motivuje (motivovalo) darovat na veřejně prospěšné účely. Protože motivy darování mohou být různé a firma může být ovlivněna souběžně více faktory, nabídneme respondentům takové odpovědi, které budou obsahovat různé motivy, přičemž se můžeme nechat inspirovat průzkumem Fóra dárců - viz str. 19 v bakalářské práci. Ještě konkrétnější může být otázka pro ty, kteří darovali po 1. 1. 2014: zeptáme se jich, zda změna v limitu odpočtu ovlivnila hodnotu jejich darů.

Na konec, mohlo by být zajímavé vědět, jaký mají firmy na limit odpočtu názor nebo zda by darovaly víc, kdyby se limit ještě zvýšil.

V dotaznících je obvyklé, že respondenty na začátku požádáme o sdělení nějakých charakteristik. Vybereme takové, které by mohly souviset s darováním (ve výzkumu pak změříme korelaci mezi hodnotou darů a charakteristikami), např. velikost (měřená počtem zaměstnanců či obratem), sídlo (vyjádřené počtem obyvatel obce), odvětví atd.

Aby byly výsledky analýzy dat sebraných pomocí dotazníku co nejspolehlivější, je zapotřebí, aby na dotazník odpovědělo co nejvíce respondentů. Jedním z faktorů, které ovlivňují návratnost, je snadný přístup k dotazníku, což bude splněno, když bude dotazník vytvořen a následně vyplňován on-line, např. na webových stránkách <https://www.surveymonkey.com/cs/>. Nicméně, je třeba dát o dotazníku vědět potenciálním respondentům. Můžeme poslat e-mail - ale komu? Adresy firem lze získat např. v databázi Albertina.⁴ V dopise je nutné se představit a popsat účel dotazníku. Také je žádoucí sdělit potenciálním respondentům, jak bude naloženo s jejich odpověďmi, resp. respondenty ubezpečit o zachování jejich anonymity, a nabídnout jim zaslání výsledků. Je důležité stanovit lhůtu pro vyplnění dotazníku nebo doporučit, kdo by měl dotazník za firmu vyplňovat.

⁴ Více informací viz na https://www.vse.cz/zdroje/vypis.php?ID_zdroje=22.