

# Možnosti získavania finančných zdrojov pre mimovládne neziskové organizácie

Abeceda financií  
pre mimovládne  
organizácie



# Možnosti získavania finančných zdrojov pre mimovládne neziskové organizácie



Pri príležitosti 20. výročia založenia Centra pre filantropiu sme sa rozhodli spísať svoje know-how v rôznych oblastiach, ktorým sa venujeme. V prvej online publikácii sme priblížili, Ako pripraviť a napísať dobrý projekt. V rukách práve máte druhú, v ktorej sme spísali skúsenosti a praktické informácie pre ľudí, ktorí založili mimovládnu organizáciu a potrebujú sa zorientovať, kde môžu získať finančné zdroje na jej fungovanie. Informácie, ktoré dlhodobo zdarma poskytujeme pri konzultáciách, tu nájdete prehľadne zhrnuté.

Publikácia je určená zakladateľom a zakladateľkám, štatutárnym zástupcom a zástupkyňiam, ktoré na Ministerstve vnútra SR založili občianske združenie, nadáciu, alebo na okresnom úrade založili neziskovú organizáciu poskytujúcu verejnoprospešné služby či neinvestičný fond. Zakladatelia týchto organizácií vedia, čomu sa chcú venovať, ale potrebujú si urobiť prehľad v možnostiach financovania plánovaných verejnoprospešných aktivít.

Táto téma je podrobne akademicky spracovaná vo viacerých bakalárskych, diplomových či dizertačných prácach, rovnako aj v rôznych výskumoch o mimovládnom sektore. My sa však viac zameriame na praktickú stránku. V publikácii sa budeme venovať tým zdrojom financovania, s ktorými máme v Centre pre filantropiu najviac skúseností. O jednotlivých typoch financovania budeme písať viac prehľadovo a informačne, s hypertextovými odkazmi na ďalšie relevantné zdroje informácií, ktoré je potrebné si doštudovať.

Ako riaditeľka Centra pre filantropiu tieto konzultácie novozaloženým organizáciám dlhodobo poskytujem, a preto som aj autorkou tejto publikácie. Na finálnom texte však so mnou spolupracovali moje kolegyne, ktoré sa v Centre pre filantropiu venujú online darcovstvu – Zuzana Behříková, Lenka Polomská Rišková a Katarína Runnová.

Prajem vám príjemné a inšpiratívne čítanie.

© Zuzana Thullnerová, Centrum pre filantropiu n.o. 2022

ISBN 978 - 80 - 974216 - 1 - 8

# Na úvod

Dobre fungujúci právny systém demokratickej spoločnosti je zložený z troch sektorov. Každý z nich obhospodaruje určitý priestor, ktorý je špecifický, autonómny, má isté právomoci a zodpovednosť. Zároveň sa navzájom prelínajú, dopĺňajú a podmieňujú. Aby sa ľuďom v krajine dobre žilo, všetky tri musia byť udržiavané vo vzájomnej rovnováhe.

## 1. Verejný sektor

štát a samosprávy – stelesňuje určité hodnoty, vytvára kultúrnu a spoločenskú stabilitu.

## 2. Podnikateľský sektor

podnikateľské subjekty – je postavený na ekonomických záujmoch a tvorbe zisku.

## 3. Tretí sektor

mimovládne neziskové organizácie, občianske iniciatívy a hnutia – vytvárajú priestor pre realizáciu verejnoprospešných záujmov a sebarealizáciu aktívnych ľudí pri zapájaní sa do vecí verejných.

Ak tieto sektory spolupracujú, vzájomne sa dopĺňajú a vyvažujú svoje slabé stránky, vytvárajú dobre fungujúcu spoločnosť.

Mimovládne neziskové organizácie (MNO) sú typické tým, že vznikajú iniciatívou zdola. Často reagujú omnoho rýchlejšie na potreby ľudí a sú aktívne v určitých oblastiach skôr, než do nich so svojimi kompetenciami vstúpi verejný sektor. Ten tak môže využiť výsledky ich práce pre svoje vlastné aktivity. Na to, aby sa MNO mohli systematicky a organicky rozvíjať, potrebujú financovanie, ktoré im môže poskytnúť aj podnikateľský sektor, ale aj občianska verejnosť.

Mimovládne neziskové organizácie nevykonávajú svoju činnosť preto, aby vytvárali zisk, avšak svoju činnosť musia z nejakých zdrojov financovať. Tieto organizácie charakterizuje neziskovosť,

verejnoprospešnosť, dobrovoľníctvo, nezávislosť a inštitucionalizácia. Ale aj to, že nejde o náboženské ani politické organizácie.

*Dôvod vzniku verejnoprospešných organizácií sa preklápa aj do ich všeobecného pomenovania. Z tohto dôvodu ich poznáme pod rôznymi názvami:*

**Nezisková organizácia**, neziskovka, neziskový sektor – tento typ názvu sa používa, ak zdôrazňujete nezárobkový dôvod vzniku organizácie.

**Mimovládna organizácia**, mimovládka, mimovládny sektor – zdôrazňuje nezávislosť fungovania organizácie od štátu, vlády a biznisu.

**Občiansky sektor** – upozorňuje na súvislosť s občianskou spoločnosťou, ktorá dbá na vysoký podiel účasti občanov na spravovaní vecí verejných, a to práve cez nepolitické štruktúry.

**Charitatívna organizácia** – vyzdvihuje dobročinné zameranie na pomoc núdznym.

**Tretí sektor** – označenie hovorí o tom, že ide o jeden sektor v rámci národného hospodárstva. Prvým sektorom je verejný sektor, teda štát a samosprávy. Druhým je súkromný sektor, teda podniky. Tretí sektor je neziskový, dobrovoľnícky či občiansky.

**Dobrovoľnícky sektor** – zdôrazňuje, že veľa aktivít je vykonávaných bez nároku na mzdu, teda dobrovoľne.



*My v tejto publikácii budeme používať pojem mimovládna nezisková organizácia (MNO).*

# Možnosti získavania finančných zdrojov na fungovanie MNO



Základným princípom financovania MNO musí byť viacdrojovosť, čo znamená získavať financie na aktivity a chod organizácie z viacerých zdrojov. Problémom mimovládnych neziskových organizácií býva závislosť financovania od jedného zdroja. V prípade, že tento zdroj prestane byť dostupný, MNO nie je pripravená nahradiť ho inými. Benefitom viacdrojového financovania je preto nezávislosť na jednom zdroji príjmov a vyššia udržateľnosť rôznych aktivít organizácie. Z praktickej stránky treba podotknúť, že žiaden donor zvyčajne neprepláca 100 % nákladov na realizáciu projektu. Naopak, častou požiadavkou donora je kofinancovanie projektu z iných zdrojov, a to zvyčajne vo výške 5 – 10 % z celkového rozpočtu.

## Možnosti viacdrojového financovania

### I. FILANTROPIA

#### A. Zdroje od súkromných individuálnych darcov

1. Darcovstvo ako budovanie vzťahu organizácie a darcu	9
2. Verejná zbierka	13
3. Darcovská SMS	17
4. Závet	19

#### B. Zdroje od darcov v online prostredí

1. Crowdfunding	23
2. DARUJME.sk	28
3. StartLab	40

#### C. Zdroje od súkromných organizácií

1. Privátne nadácie a nadačné fondy	49
2. Firemné nadácie	52
3. Komunitné nadácie	63
4. Zahraničné nadácie	65

### II. SAMOFINANCOVANIE

A. Vlastná činnosť	67
B. Členské a účastnícke poplatky	69
C. Predaj produktov	69
D. Využitie nehmotného majetku	69
E. Zhodnocovanie vlastného majetku	69

### III. VEREJNÉ ZDROJE

#### A. Domáce verejné zdroje

1. Dotácie zo štátneho rozpočtu	71
2. Dotácie z vyšších územných celkov a obcí	74
3. Asignácia podielu dane z príjmov právnických a fyzických osôb	79
4. Oslobodenie od daní a ciel	85
5. Charitatívna reklama	86

#### B. Zahraničné zdroje

1. Fondy a programy Európskej únie – eurofondy	87
2. Finančné mechanizmy Európskeho hospodárskeho priestoru	90
3. Štátne zahraničné zdroje	92

# I. FILANTROPIA

Filantropia po latinsky znamená milovať človeka. Pod týmito slovami si každý môže predstaviť niečo iné, ale pre nás je to najmä o vzťahu. Vzťahu k druhým ľuďom, k prostrediu, ktoré nás obklopuje, k prírode, kultúre, spravodlivosti, ľudským právam... Filantropia je o vzťahu k svetu a starostlivosti oň. Preto aj **darčovstvo vnímame ako vzťah** medzi darcom, ktorý sa rozhodol jednorazovo, opakovane či dlhodobo finančne podporovať mimovládnu organizáciu, ktorá pracuje v oblasti, pre ktorú bije jeho srdce. Nie každý môže téme, ktorú považuje za dôležitú, venovať svoj čas, ale môže prispieť tým, že dá dar organizácii, aby pomáhala aj za neho. Témy môžu byť naozaj rôzne: ochrana prírody, ochrana ľudských práv, pomoc ľuďom bez domova, pomoc chorým ľuďom, ale napríklad aj pomoc ženám a deťom zažívajúcim násilie. Základom vzťahu darcu a organizácie je dôvera. Ide o vzťah, ktorý treba budovať, dôvera vzniká na základe spoločných zážitkov. Vďaka nim darca vie, čo môže očakávať a že sa môže na organizáciu spoľahnúť. Vzniká tak pocit bezpečia a dochádza k budovaniu dôvery medzi darcom a obdarovaným.

**Dôvera je rozhodujúca** pre to, aby sa ľudia rozhodli darovať finančné prostriedky, vecné dary, služby, svoj čas, nápady či pozornosť organizáciám, ktoré sa venujú pomoci druhým alebo verejnoprospešným aktivitám. Táto dôvera sa nadobúda a buduje osobnou skúsenosťou alebo sprostredkovaním od rodiny či známych. Z výskumov tiež vieme, že ľudia, ktorí sú dobrovoľníci alebo sú inak v kontakte s neziskovým sektorom, majú voči darčovstvu pozitívnejší postoj. Sú tiež viac schopní rozlišovať medzi komplexnou efektívnou pomocou a jednorazovým nasýtením potreby. Ľudia, ktorí takúto skúsenosť nemajú, majú voči darčovstvu častejšie rezervovaný postoj prameniacy z obavy, že ich peniaze budú zneužitú.

## A. Zdroje od súkromných individuálnych darcov

# 1. Darčovstvo ako budovanie vzťahu organizácie a darcu

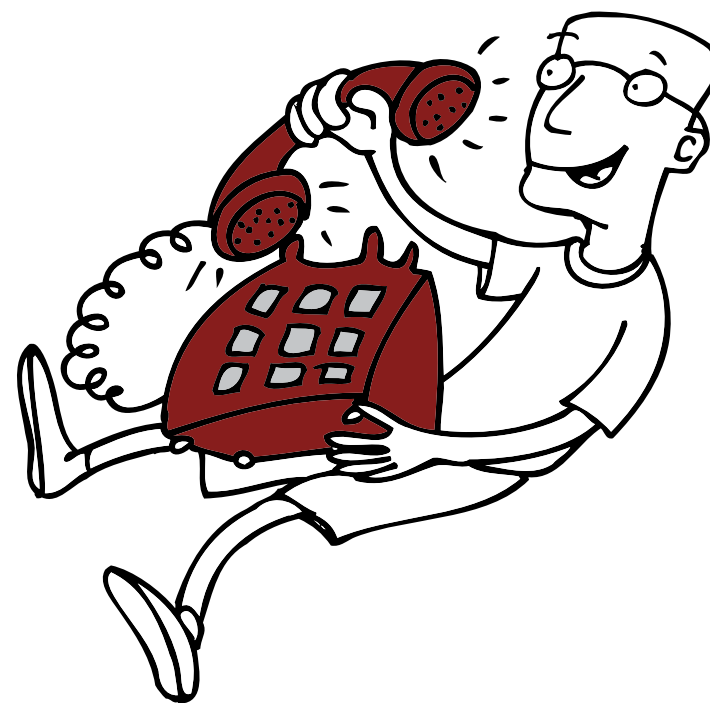


**Hlavným dôvodom, prečo ľudia darujú, je skutočnosť, že sú oslovení.** Presnejšie, oslovení dvakrát. Prvým oslovením je žiadosť či prosba organizácie, ktorá potrebuje peniaze na svoju činnosť. Ľudia si často bez vyzvania organizácie ani neuvedomia, že môžu darovať. Druhým oslovením je vnútorný pocit darcu. **Téma, ktorej sa organizácia venuje, v človeku vzbudí záujem, emócie a zarezonuje s jeho vnútorným prežívaním.** Toto nadchnutie uvoľní v mozgu endorfín a dopamín, hormóny šťastia a príjemných pocitov. Darovanie vyvolá v darcovi dobrý pocit, radosť z pomoci druhým, hrdosť na seba samého. Takto daruje väčšina ľudí.

Popritom existuje aj uvedomelé darcovstvo, keď sa darca aktívne zaujíma, čo organizácia robí, ako s jeho darom naloží, aký bude mať jeho dar dosah. Takýto darca spravidla daruje opakovane alebo sa z neho stane pravidelný darca.

Darca alebo darkyňa môže využiť viac spôsobov, ako darovať – môže **darovať anonymne**, napr. hodením zopár mincí do pokladničky organizácie, ktorá má vyhlásenú verejnú zbierku, alebo poslaním peňazí na jej účet. Organizácii tým určite pomôže, ale nedá jej možnosť poďakovať sa mu alebo mu dať vedieť, ako dar pomohol. Druhou možnosťou je **darovať organizácii pod svojím menom** cez darovaciu zmluvu – či už priamo podpísaním zmluvy s organizáciou, alebo napr. cez online služby ako DARUJME.sk či StartLab, kde sa zmluva podpisuje virtuálne v momente darovania. **V takom prípade si organizácia s darcami môže budovať vzťah.**

Ako hovorí Erich Fromm, láska je predovšetkým o rozhodnutí. Jednorazový dar je emočným pôsobením podobný zamilovaniu, kým pravidelné darovanie je dlhodobé a spojené so záväzkom, ako manželstvo. Je to niečo, s čím darca aj organizácia dlhodobo počítajú. Aj keď darca môže svoj dar kedykoľvek ukončiť, už prísľub tohto daru umožňuje organizácii lepšie si plánovať svoje aktivity. Zodpovednosť za udržanie pravidelného daru je však na organizácii. Darca by mal byť informovaný, ako jeho dar pomáha a prečo je pre organizáciu dôležitý. To prináša stabilitu a spoluvytvára nezávislú občiansku spoločnosť podporovanú zdola.



*Hlavným dôvodom, prečo ľudia darujú, je skutočnosť, že sú oslovení.*

Dôležitým atribútom budovania vzťahu s darcami je **transparentnosť** použitia prijatých darov. Darovanie v online priestore umožňuje budovať vzťah medzi organizáciou a darcom. Viaceré organizácie používajú profesionálne nástroje na komunikáciu s darcami. Vďaka tomu vedia darcom za dar poďakovať e-mailom, zavolať im alebo ich pozvať na podujatie, či osloviť ich na dobrovoľníctvo. Dôležité je, aby darovanie bolo čo najjednoduchšie – darca sa nesmie „stratiť“ cestou k darovacej stránke. Odkaz na možnosť darovať má byť priamo na hlavnej stránke organizácie.

Darovanie finančných prostriedkov je jedným z najbežnejších spôsobov darovania. Darca a MNO zvyčajne uzatvárajú Darovaciu zmluvu podľa Občianskeho zákonníka č. 40/1964 Zb. podľa § 628. Túto zmluvu potrebujú právnické osoby ako účtovný doklad do účtovníctva. Darca si darované finančné prostriedky podľa súčasnej legislatívy nemôže odpočítať z daní a ani inak na svojom darovaní profitovať.

Môže však nastať situácia, keď sa darca rozhodne darovať financie fyzickej osobe, napr. chce podporiť sociálne znevýhodneného človeka pri kúpe jedla, alebo sa kolegovia na večierku rozhodnú, že finančne podporia miestny útulok pre zvieratá a ihneď zozbierajú finančnú sumu. Darovanie môže byť dohodnuté ústne a darovaciu zmluvu nie je potrebné mať uzatvorenú v písomnej podobe.

Sú aj situácie, keď si majetný človek povie, že chce poskytnúť väčší dar s cieľom podpory preňho dôležitej témy, ktorej sa venuje konkrétna nezisková organizácia. Alebo sa rozhodne založiť nadačný fond pri už existujúcej nadácii, prípadne založí nadáciu, do ktorej finančne prispieva, a tá podporuje témy alebo subjekty podľa určenia darcu, resp. zakladateľa. Založenie nadačného fondu pri existujúcej nadácii na základe zmluvy s nadáciou je oproti založeniu vlastnej nadácie jednoduchšie z hľadiska administratívnej náročnosti pre darcu, pretože finančná a administratívna zodpovednosť je na strane nadácie. Tu sa už dá hovoriť o premyslenom, resp. strategickom darcovstve v zmysle inštitucionálnej filantropie. Naša legislatíva umožňuje obidve možnosti.

## 2. Verejná zbierka

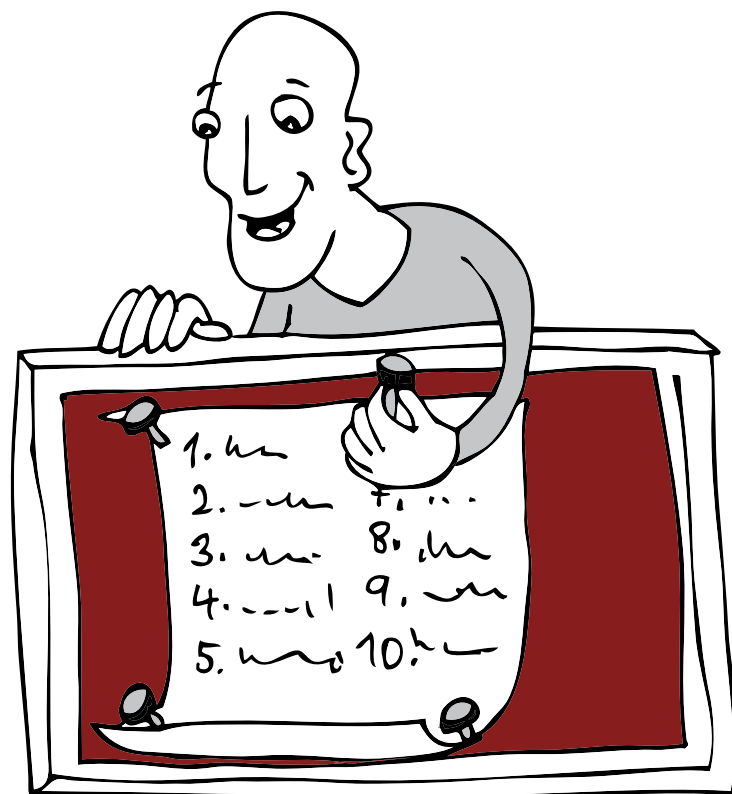


Verejné zbierky predstavujú jeden z možných doplnkových zdrojov pre financovanie aktivít MNO.

Každá verejná zbierka musí byť povolená štátom. Ak MNO realizuje verejnú zbierku len komunitne, teda sa vykonáva v územnom obvode okresného úradu, môžete si ju **zaregistrovať na okresnom úrade**. Ak zasahuje celé územie Slovenska, musí byť **registrovaná na Ministerstve vnútra SR**. Ministerstvo vnútra SR spravuje register verejných zbierok, ktorých je zriaďovateľom. Register zbierok zriadených na okresných úradoch neexistuje.

Podmienky vykonávania verejných zbierok sú definované v Zákone o verejných zbierkach 162/2014 Z. z. Podmienok na registráciu je viacero, je potrebné naštudovať si ich priamo v zákone.

Zbierka sa môže vykonávať spôsobom alebo kombináciou rôznych spôsobov zbierania peňazí: zasielaním príspevkov na osobitný účet,



prostredníctvom darcovských SMS, zbieraním do stacionárnych a prenosných pokladničiek, predajom predmetov, ale aj predajom vstupeniek na kultúrne či športové podujatia.

Najčastejšie ide o darovanie peňazí do pokladničiek. **Výhodou** tohto typu darcovstva je jeho dostupnosť. Tieto pokladničky sú zvyčajne umiestnené vo veľkých obchodných domoch a hypermarketoch. Často ich nosia dobrovoľníci po uliciach a priamo oslovujú ľudí, pričom dôležitú úlohu zohráva priamy osobný kontakt – darovanie tvárou v tvár. Darca môže anonymne venovať akúkoľvek výšku daru.

**Nevýhod verejnej zbierky** v porovnaní s ďalšími formami individuálneho fundraisingu je viac. Prvou je administratívna náročnosť procesu získania povolenia a následného vyúčtovania zbierky prostredníctvom predbežnej a záverečnej správy. Ak je MNO aj auditovaná a má povinnosť zverejňovať výročnú správu, ide o dvojitú byrokratickú záťaž pre organizáciu.

Druhou najdôležitejšou nevýhodou je, že pri darovaní ide o anonymný dar. MNO nemá šancu sa darcovi pripomenúť, poďakovať mu, cielene poskytnúť informáciu o použití daru. Z takéhoto jednorazového darcu sa nikdy nestane pravidelný darca, lebo ho MNO nemá ako kontaktovať a informovať o svojich ďalších aktivitách.

Poslednou slabinou sú chýbajúce štatistické údaje, v dôsledku čoho organizácia nepozná priemernú výšku daru. Z vlastnej skúsenosti predpokladáme, že ide o sumu medzi 3 – 20 €, podľa toho, koľko hotovosti má darca v peňaženke. Priemerná výška daru v online prostredí je 44 € pri jednorazovom dare.



## Najznámejšie verejné zbierky na Slovensku sú:

Nadácia pre deti Slovenska – Hodina deťom

Liga proti rakovine – Deň narcisov

Liga za duševné zdravie – Nezábudka

Únia nevidiacich a slabozrakých Slovenska – Biela pastelka

Post Bellum – Deň veteránov

eRko – Dobrá novina

Verejné zbierky môžu mať aj iný cieľ, ako len zbierať financie – ak je zbierka zameraná na kratšie obdobie, napríklad Deň narcisov alebo Deň veteránov – je to príležitosť koncentrovane hovoriť o téme, ktorej sa organizácia venuje, a dostať jej poslanie a aktivity do povedomia širšej verejnosti.

## 3. Darcovská SMS



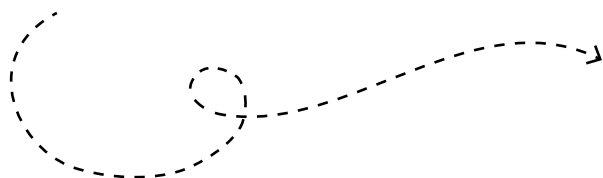
**Mimovládne neziskové organizácie majú možnosť získavať finančné príspevky od jednotlivcov prostredníctvom mobilného telefónu formou SMS správ na číslo 877. MNO musia byť v systéme registrované Radou DMS. Cena jednej SMS je fixná vo výške 2 €.**

Darcovská SMS je spoločným projektom Fóra donorov, českej spoločnosti DMS Service a troch mobilných operátorov pôsobiacich na Slovensku – O2 Slovakia, s.r.o., Orange Slovensko, a.s. a Slovak Telekom, a.s.

**Výhodou** tohto typu fundraisingu je dostupnosť systému pre každého, kto má mobil, a ľahká a prehľadná komunikácia zameraná na darcu. Výhodná je aj zapamätateľnosť mobilného čísla, ktoré sa nemení, a jednoduché pravidlo pre zadávanie DMS hesla, ktoré je unikátne pre daný projekt.

**Hlavnou nevýhodou** je nemenná výška jednej SMS, ktorá je veľmi nízka. Napríklad pri online darcovstve je priemerný dar viac ako 10-násobne vyšší ako pri darcovskej SMS. Ďalšou nevýhodou je, že MNO od darcu nezíska kontaktné údaje na ďalšiu komunikáciu.

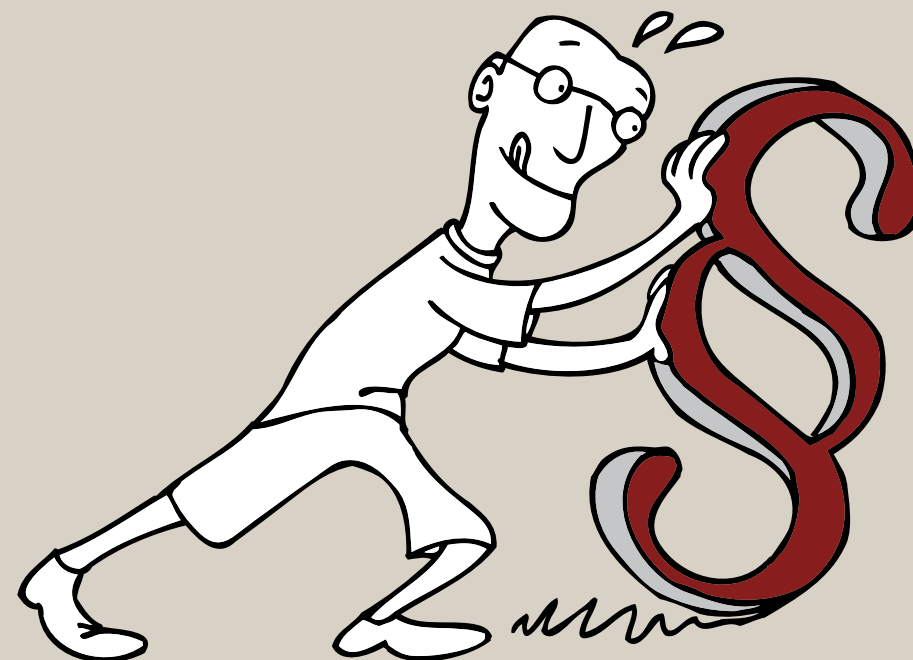
” *Výhodou je dostupnosť systému pre každého, kto má mobil, a ľahká a prehľadná komunikácia.*



A. Zdroje od súkromných individuálnych darcov

## 4. Závet

Slovenská legislatíva umožňuje darovať svoj majetok alebo jeho časť na verejnoprospešné účely aj prostredníctvom poslednej vôle. Motiváciou býva zanechať pozitívny odkaz pre ďalšie generácie a možnosť pomáhať ostatným aj desaťročia po tom, čo tu už nebudeme.



V závete môže darca uviesť percentuálny alebo peňažný podiel z majetku, ktorý plánuje darovať. Na platnosť závetu zákon vyžaduje osobitnú formu. V prípade, že ide o vlastnoručný závet, musí byť napísaný a podpísaný vlastnou rukou, inak je neplatný. Ak je závet napísaný na počítači, musia ho okrem darcu podpísať ešte dvaja svedkovia. Súčasne musí darca pred dvoma svedkami výslovne prejaviť, že listina obsahuje darcovu poslednú vôľu. Treťou možnosťou je závet vo forme notárskej zápisnice u notára.

Takýto počin sa vo svete dokonca aj oslavuje – 13. september je Medzinárodným dňom závetu. V tento deň si pripomíname, že je možné v poslednej vôli venovať peniaze, nehnuteľnosť alebo cenné papiere na dobročinné účely.

S touto formou darovania sa v súčasnosti najčastejšie stretávame v zahraničí, no začína sa využívať aj na Slovensku. Jednou z lastovičiek je grantový program Komunitnej nadácie Zdravé mesto, ktorá z poslednej vôle pána Louisa Gazdaricu udelila granty na podporu technického vzdelávania a vybavenia škôl vo výške viac ako 314 000 €.



## Iné možnosti darovania

Ďalšími alternatívami, ako môžu individuálni darcovia podporiť mimovládne organizácie, sú vecné dary. Vo väčšine prípadov organizácia zverejní na svojej stránke alebo na sociálnych sieťach, čo práve nevyhnutne potrebuje pre svojich klientov spolu s presnými pokynmi na darovanie. Forma materiálnej pomoci od darcov môže byť rôzna – nákupenie potravín pre utečencov či sociálne slabé skupiny obyvateľstva, darovanie školských pomôcok, spacích vakov v zimnom období, koláčov na Štedrý večer pre ľudí bez domova a podobne.

Príklady takýchto organizovaných aktivít:

[www.podajdalej.sk](http://www.podajdalej.sk)

[www.ozdobresrdce.sk](http://www.ozdobresrdce.sk)

[www.poslitasku.sk](http://www.poslitasku.sk)

[www.kolkolasky.sk](http://www.kolkolasky.sk)

[www.facebook.com/vianocnyzazrak](https://www.facebook.com/vianocnyzazrak)

## B. Zdroje od darcov v online prostredí

**Online darcovstvo** je prirodzeným vývojom života spoločnosti v prostredí digitálnych technológií. Darcovstvo sa postupne presúva na internet a tak, ako sme sa naučili kupovať si online električky či platiť účty cez aplikáciu v telefóne, aj darujeme online. Darcovia sa prirodzene presúvajú od pokladničiek k mobilom a počítačom, cez ktoré za pár sekúnd bezpečne pošlú peniaze a podporená organizácia sa o tom okamžite dozvie.

Globálna pandémia Covid-19 prispela k tomu, že tento proces sa výrazne urýchlil. Veľa organizácií počas pandémie pociťovalo ohrozenie svojej základnej činnosti – najmä tie, ktorých sa dotkli nariadené opatrenia. Niektoré museli uzavrieť svoje zariadenia alebo výrazne obmedziť aktivity a na darcov sa obracali s prosbou, aby im pomohli udržať činnosť (napr. kultúrne zariadenia, zariadenia zamestnávajúce ľudí so znevýhodnením, vzdelávacie organizácie, kluby pre mladých a pod.). Aj v týchto prípadoch sa potvrdilo, že darcovia si uvedomujú, akú pridanú hodnotu organizácie prinášajú, a svojimi darmi mnohým z nich pomohli preklenúť náročné obdobie. **Cielom fundraisingu nie je len získať finančný príspevok na činnosť MNO, ale aj získať ľudí pre „našu vec“ a budovať vzťah s darcami.**



## B. Zdroje od darcov v online prostredí

# 1. Crowdfunding



Crowdfunding je v našich končinách stále relatívne neznámym pojmom. Ide o pomerne nový nástroj, pomocou ktorého môžu organizácie aj jednotlivci získať finančné zdroje na svoj nápad či projekt. Do slovenčiny by sa dal preložiť ako hromadné, skupinové či davové financovanie. To znamená, že na realizáciu aktivity či na konkrétnu vec prispieva väčší počet ľudí menšími finančnými prostriedkami.

**Crowdfunding je možnosť, ako získať finančné zdroje na rozvoj projektov alebo aj na samotnú činnosť organizácie.**

Je jedno, či ide o nácvik divadelného predstavenia, stavbu lesnej sauny, rekonštrukciu turistickej útulne, prípravu spoločenskej hry, vydanie nového CD, financovanie dokumentárneho filmu, vybudovanie nového kultúrneho priestoru alebo o dlhodobú podporu fungovania organizácie, aby mohla plniť svoje poslanie. Dôležité je byť na crowdfunding dobre pripravený, mať detailne pripravený plán, komunikačnú stratégiu a vybudovanú aktívnu komunitu.

Crowdfunding je v súčasnosti jedným z najrýchlejšie rastúcich segmentov alternatívneho online financovania rôznorodých projektov. Prebieha prostredníctvom online kampaní, ktoré zabezpečujú prevádzkovatelia crowdfundingových platforiem. Crowdfunding sa môže využiť na neziskové aj podnikateľské účely.



*Crowdfunding prebieha prostredníctvom online kampaní, ktoré zabezpečujú prevádzkovatelia crowdfundingových platforiem.*

---

## Existujú 4 základné typy crowdfundingu:

**Darcovský crowdfunding** – ide o darovanie financií bez získania protihodnoty. Poskytnuté finančné prostriedky majú povahu daru, takže podporovatelia zaň od osoby či organizácie žiadajúcej príspevok na svoje aktivity neočakávajú žiadnu odmenu.

**Odmenový crowdfunding** – podporovateľ si vopred vyberie odmenu, ktorú chce od autora kampane získať. Pri tomto modeli crowdfundingu podporovatelia spravidla získavajú materiálnu (nie finančnú) odmenu za poskytnuté finančné prostriedky, ako napríklad výrobok alebo službu od autora projektu.

**Pôžičkový crowdfunding** – podporovatelia, resp. investori skupinovo a s úrokom požičiavajú finančné prostriedky konkrétnym osobám, spravidla na ich podnikateľské aktivity. Proces je koordinovaný zo strany crowdfundingovej platformy.

**Investičný crowdfunding** – podporovatelia sa stávajú investormi do vlastného kapitálu spoločností (získavajú podiel na ich majetku), resp. ich spolumahjiteľmi. Dochádza tak k prepojeniu podporovateľov s podnikateľskými subjektmi, pričom podporovatelia môžu mať právo na výkon hlasovacích práv, t. j. spolupodieľať sa na rozhodovaní vo veciach riadenia spoločnosti alebo aj právo na vyplácanie podielu zo zisku spoločnosti.

---

Na Slovensku pôsobia rôzne domáce aj zahraničné crowdfundingové platformy, ktoré pomáhajú aj pri fundraisingu MNO. Každá má definované svoje pravidlá, podmienky a cieľovú skupinu, na ktorú svoje služby orientuje. Celosvetovo existuje veľa crowdfundingových platforiem, uvádzame len niekoľko príkladov:

#### **Darcovský crowdfunding:**

[www.DARUJME.sk](http://www.DARUJME.sk)

[www.ludialudom.sk](http://www.ludialudom.sk)

[www.donio.sk](http://www.donio.sk)

[www.dakujeme.sk](http://www.dakujeme.sk)

#### **Odmenový crowdfunding:**

[www.StartLab.sk](http://www.StartLab.sk)

[www.kickstarter.sk](http://www.kickstarter.sk)

[www.Indiegogo.com](http://www.Indiegogo.com)

[www.HitHit.com](http://www.HitHit.com)

[www.startovac.cz](http://www.startovac.cz)

#### **Pôžičkový crowdfunding:**

[www.zltymelon.sk](http://www.zltymelon.sk)

[www.zinceuro.sk](http://www.zinceuro.sk)

#### **Investičný crowdfunding:**

[www.crowdberry.eu](http://www.crowdberry.eu)

Investičný a pôžičkový crowdfunding je regulovanou činnosťou. Od 7. októbra 2020 bolo prijaté [Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady \(EÚ\) 2020/1503](#) o európskych poskytovateľoch služieb hromadného financovania pre podnikanie a o zmene nariadenia (EÚ) 2017/1129 a smernice (EÚ) 2019/1937. V ňom Európsky parlament stanovuje jednotné požiadavky na poskytovanie služieb hromadného financovania pre organizácie – poskytovateľov služieb hromadného financovania, udeľovanie povolení týmto poskytovateľom a dohľad nad nimi, na prevádzku platforiem hromadného financovania, ako aj transparentnosť a marketingovú komunikáciu v súvislosti s poskytovaním služieb hromadného financovania v Európskej únii.

Zákon č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch a investičných službách v ust. § 132t uvádza, že príslušným orgánom na vykonávanie oprávnení vo vzťahu k poskytovateľom služieb hromadného financovania je [Národná banka Slovenska](#), V Centre pre filantropiu sa venujeme individuálnemu online darcovstvu prostredníctvom darcovského systému DARUJME.sk a crowdfundingu cez platformu StartLab.

## 2. Darcovský systém

 **DARUJME.sk**

**BRÁNA  
DO SVETA  
ONLINE  
DARCOVSTVA**



Každá mimovládna organizácia potrebuje na svoju verejnoprospešnú činnosť financie. Môže sa uchádzať o granty predkladaním projektových žiadostí, oslovovať sponzorov alebo sa obracať s prosbou o podporu na verejnosť či na konkrétne osoby.

**DARUJME.sk je aktuálne najväčší darcovský systém na Slovensku, cez ktorý môžu individuálni darcovia aj firmy podporiť mimovládne organizácie.** Nekomerčný projekt DARUJME.sk založila v roku 2012 nezisková organizácia Centrum pre filantropiu n. o., s cieľom pomôcť neziskovému sektoru na Slovensku získavať finančné prostriedky na verejnoprospešné projekty od individuálnych darcov prostredníctvom internetu. Vytvorili sme jednoduchý, efektívny a zároveň profesionálny nástroj, ktorý už takmer 10 rokov efektívne pomáha mimovládnym organizáciám. Za ten čas im pomohol získať vyše 19 miliónov eur (z toho vyše 14 miliónov od marca 2020).

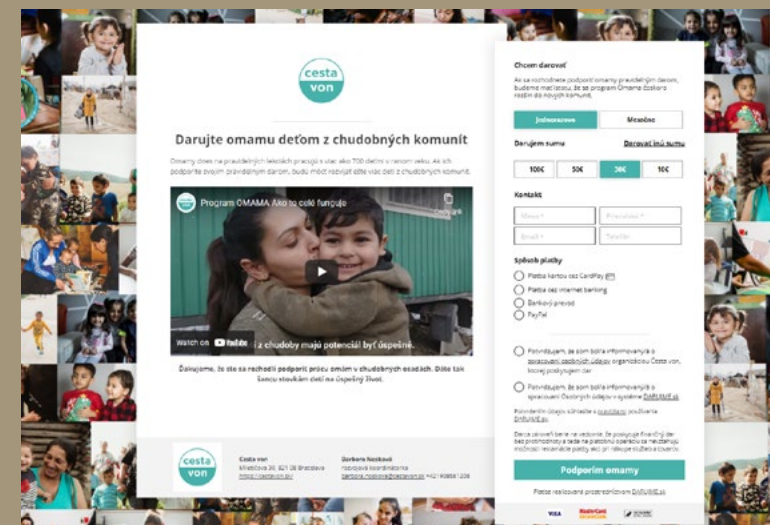
DARUJME.sk je nástroj, ktorý mimovládnym organizáciám umožňuje vytvoriť si **časovo neobmedzenú darovaciu stránku**, umiestniť si ju na svoju vlastnú webovú stránku a získavať dary. To všetko bez nutnosti programovať, bez toho, aby museli obiehať banky a uzatvárať s nimi zmluvy – po schválení registrácie si organizácia môže vytvoriť darovaciu stránku doslova za 5 minút. DARUJME.sk však nie je len platobná brána – pre mimovládnu organizáciu je to **hlavne prostriedok na budovanie dlhodobého vzťahu s jej podporovateľmi**. Všetky údaje o daroch a darcoch sú prehľadne spracované v administratívnom systéme, kde s nimi možno ďalej pracovať.



Tlačidlo **„Podporte nás“** na webe organizácie pomáha darcovi **jednoducho a bezpečne** darovať. Zároveň, ak darca daruje cez DARUJME.sk, má istotu, že daruje overenej organizácii, ktorú po formálnej aj obsahovej stránke skontrolovala pri registrácii Rada DARUJME.sk. Zaregistrovať sa môžu organizácie, ktoré majú rozbehnutú verejnoprospešnú činnosť, transparentne informujú o tom, akí ľudia v organizácii pôsobia, na aký účel používajú získané financie a fungujú aspoň 2 roky. Systém DARUJME.sk využívajú malé aj veľké organizácie zo všetkých oblastí verejnoprospešných činností – každý si môže prispôbiť rozsah využívania podľa svojich potrieb.

**Samotné darovanie je pre darcu veľmi jednoduché** – na webovej stránke danej organizácie klikne na tlačidlo „Podporte nás“ a otvorí sa mu darovacia stránka, kde vyplní svoje základné údaje, zvolí si platobnú metódu, ktorá mu najviac vyhovuje, a bezpečne daruje prostredníctvom DARUJME.sk. Organizácia naňho získa kontakt, vďaka čomu mu môže dať vedieť, ako jeho dar pomohol (na rozdiel od darovania priamo na bankový účet či cez darovskú SMS). Zároveň môže organizácia sledovať prehľadné štatistiky o daroch a darcoch.

Pre inšpiráciu si pozrite [darovaciu stránku združenia Cesta von](#), ktoré prostredníctvom programu Omama pomáha ľuďom uviaznutým v generačnej chudobe postaviť sa na vlastné nohy, získať prácu a dôstojný život.



**Veríme, že aby bol vzťah medzi darcom a organizáciou, ktorej činnosť podporuje, čo najpevnejší, mali by spolu komunikovať priamo.** Preto DARUJME.sk neponúka darcom zoznamy organizácií, z ktorých si môže vybrať, ale necháva priestor organizácii, aby svojich darcov oslovila a získala prostredníctvom vlastných kanálov a aktivít.

Mnohé organizácie si myslia, že na to, aby získavali dary, si stačí umiestniť na web link na darovaciu stránku. Málokedy darca sa však ráno zobudí a len tak sa rozhodne ísť darovať. Na to, aby to spravil, potrebuje impulz – **niekto ho o ten dar musí požiadať**. Mnohé organizácie síce robia veľmi užitočnú činnosť pre spoločnosť, ale akoby sa hanbili priznať, že na to, aby ju mohli robiť, potrebujú peniaze rovnako ako ktokolvek iný. Zároveň platí, že mnohí ľudia si napriek tomu, že sami benefitujú z činnosti mimovládnych organizácií, nevedomujú, že aj MNO majú náklady. Aj preto v DARUJME.sk organizujeme semináre a vysvetľujeme ľuďom v organizáciách, ako požiadať o dar na činnosť, ktorú často realizujú v prospech verejnosti z vlastných zdrojov a dobrovoľnícky.

Rozhodnutie darovať býva podložené osobnou skúsenosťou s organizáciou, ktorá človeku napríklad výborný vzdelávací program pre jeho deti. Darca chce často aj iným dopriať to, čo sám zažil. Ďalším dôvodom darovať býva túžba podeliť sa v prípade dostatku – mám sa lepšie ako iní, tak aspoň časť svojich zdrojov darujem tým, ktorí to potrebujú. Napokon, prinášanie desiatkov a darov bolo súčasťou života ľudu od úsvitu dejín.



Organizácie niekedy vyzývajú na podporu konkrétneho projektu, ale darcovia často podporujú činnosť organizácie ako takú – pretože na základe doterajšej skúsenosti veria, že peniaze použije tam, kde je to najviac potrebné. **Dôvera je základom darovania** a aj preto je veľmi dôležité, aby organizácie svojich darcov informovali o tom, ako ich dary pomáhajú.



Ak si organizácia dokáže získať dôveru darcu, ďalším krokom je presvedčiť ho, aby daroval pravidelne. Aktuálne má cez DARUJME.sk nastavený pravidelný dar viac ako 11tisíc darcov a ich počet stále rastie. Vďaka nim si vedľa organizácie lepšie plánovať svoju činnosť a cítiť podporu. Navyše, pravidelní darcovia sú zvyčajne veľmi lojálni – ak už raz spravili rozhodnutie darovať pravidelne, pravdepodobne zostanú s organizáciou dlho. Okrem toho, človek, ktorý daruje pravidelne, zvyčajne inšpiruje aj iných, aby sa pridali.

Systém DARUJME.sk dnes využíva na získavanie darov vyše 740 mimovládnych neziskových organizácií vrátane veľkých organizácií ako Človek v ohrození, Slovenský Červený kríž, Slovenská katolícka charita, ale aj menších lokálnych združení, ktoré sa zaoberajú rôznymi kultúrnymi, komunitnými, ľudskoprávnymi, advokačnými, environmentálnymi, vzdelávacími, humanitárnymi či dobrovoľníckymi témami.

Mnohé MNO pandémie posmelila k tomu, aby začali viac využívať online nástroje – zo dňa na deň museli zmeniť svoju fundraisingovú stratégiu a potrebovali jednoduchý nástroj, ktorý by im umožnil okamžite a zároveň dlhodobo získavať dary. Presne takým nástrojom je DARUJME.sk.

Krízy často vyvolávajú vlnu solidarity v prospech toho či tých, ktorí sú krízami zasiahnutí. Zároveň predstavujú príležitosť pre transformáciu a posun spoločnosti do novej kvality. Ale to je iba vrchol ľadovca. Problémy, ktoré pomáhajú riešiť mimovládne organizácie, zvyčajne nie je možné vyriešiť jednorazovo ani v krátkej dobe. Preto je dôležité, aby si organizácie okolo seba dlhodobo budovali základňu podporovateľov, ktorí budú spolu s nimi pracovať na zmene v danej oblasti.

# Darcovské výzvy

Vytváranie a šírenie vlastných darcovských výziev sieťou podporovateľov alebo takzvaný „peer to peer (P2P) fundraising“ je vo svete bežným a veľmi populárnym spôsobom získavania financií pre organizácie, ktoré pomáhajú a venujú sa verejnoprospešným aktivitám či charitatívnym projektom. Ide o inovatívny typ fundraisingu pre organizácie, keď sa jednotlivci, ktorí už majú vzťah s podporovanou organizáciou, sami rozhodnú stať sa jej ambasádormi a pri špeciálnej príležitosti vyzvú svoje najbližšie okolie na spoločný dobrý skutok. Z jednej siete podporovateľov sa stáva sieť sietí podporovateľov.

Darcovskou výzvou sa rozumie **vytvorenie vlastnej „stránky“** zo strany podporovateľa (fanúšika) na webe organizácie, s cieľom získať pre ňu vo svojom okolí čo najviac darov. Výzvu na stránke vytvára pod svojím menom, s vlastným obsahom a svojou fotografiou a vďaka jeho úsiliu idú získané dary priamo vybranej organizácii.

Vytvorenie darcovskej výzvy je najvyšším prejavom dôvery podporovateľa v činnosť organizácie. Autor výzvy si stanoví cieľovú sumu, ktorú chce vyzbierať, a osloví svojich priateľov, aby prostredníctvom jeho výzvy vybranú organizáciu podporili. Tým pre ňu robí oveľa viac, ako keby len zdieľal link na darovaciu stránku – dáva do toho časť seba, musí vystúpiť zo svojej komfortnej zóny a svojim priateľom dáva signál, že daná organizácia robí užitočnú prácu. Môže tak šíriť informáciu o potrebe pomoci medzi ľuďmi, ktorých by samotná organizácia pravdepodobne nemala šancu inak osloviť. Osobné výzvy sú tiež dobrý spôsob, ako zapojiť influencerov, s ktorými organizácia spolupracuje.

# Príklad darcovskej výzvy:

Darcovské výzvy často vznikajú pri príležitosti narodenín (nekupujte mi kvety, radšej podporte dobrú vec), výročia, pri športovom výkone (najčastejšie beh) alebo jednoducho pri výzve (ak vyzbieram 1200 €, skočím do ľadového jazera). Ich počet v poslednom období tiež výrazne narástol – v období január 2021 až apríl 2022 cez 270 darcovských výziev ľudia darovali viac ako 360 000 €.

The screenshot shows a crowdfunding page for Beata Hirt. The main image features a close-up of hands holding a small green plant. The page includes a profile picture of Beata Hirt, her name, and the title of the fundraiser: "Narodeninová pomoc pre ukrajinské mamy / Birthday help for Ukrainian mums". A progress bar indicates that 870€ has been raised out of a 500€ goal, with 174% completion. The page also shows a countdown timer for 14 hours remaining, donation options of 20€, 30€, and 50€, and a "DARUJTE" (Donate) button.

Milé kamarátky a kamaráti,

rozhodla som sa osloviť vás v tomto ťažkom čase s touto výzvou:

Bliži sa 1. apríl, a to je dátum mojich narodenín, tohto roku celkom okrúhlych. (A veru, nie je to vtip ...) Ak ste plánovali prísť mi zavinšovať s čokoládkou, kvietkom, či fľaštičkou, prosím, nič nekupujte a radšej venujte dar Komunitnej nadácii Zdravé mesto. Aj ma ochráňte pred sladkosťami a alkoholom, aj urobíte dobrý skutok - to bude najlepší spôsob oslavy!

Darované prostriedky použije nadácia na pomoc ukrajinským mamám a deťom, ktoré momentálne žijú v našom meste a okolí.

*Teším sa na stretnutia s vami a na oslavu, ktorá bude mať zmysel a aspoň trochu pomôže ukrajinským mamám v ich ťažkej situácii.*

870€

174% 500€

Máte ešte 14 hodín

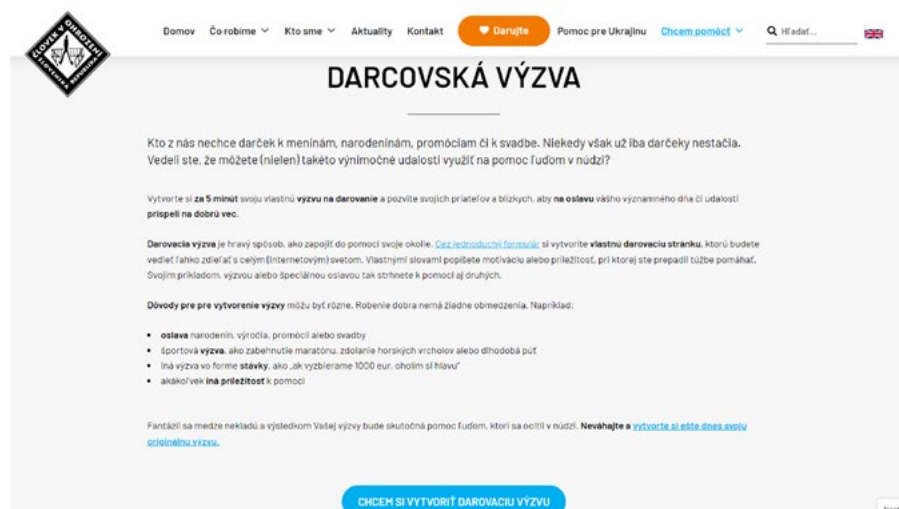
20€ 30€ 50€

Vlastná suma €

Chcem podporovať mesačne

DARUJTE

Darcovské výzvy môžu využívať organizácie, ktoré sú zaregistrované v DARUJME.sk. Tento nástroj na fundraising pre svojich podporovateľov si jednoducho nastaví v administratívnom rozhraní. Tak ako pri darovaní cez darcovskú stránku, aj tu platí, že organizácia musí dať svojim podporovateľom vedieť, že víta a veľmi si cení takýto druh podpory. Na svojej webovej stránke by mala organizácia zverejniť link na vytváranie darcovských výziev. Príkladom je informácia na webovej stránke organizácie Človek v ohrození:



Organizáciám odporúčame informovať o prebiehajúcich darcovských výzvach na sociálnych sieťach – príklady inšpirujú a mnohí autori výziev si vytvorili vlastnú narodeninovú výzvu preto, lebo tak spravili ich priatelia.

Informáciu o darcovských výzvach je možné mať zverejnenú dlhodobo a niekto ju využije napríklad na narodeniny. Čoraz viac organizácií však raz ročne organizuje špeciálne akcie pre svojich podporovateľov, keď cez darcovské výzvy zbierajú naraz viacerí z nich (napr. Biela vrana organizácie Bystriny, Rozbehní omamy od Cesta von alebo Darček pre eRko na narodeniny organizácie).

## Firemné výzvy

Podnikateľské subjekty si môžu na podobnom princípe vytvoriť vlastnú firemnú darcovskú výzvu. V rámci výzvy v prospech vybraného cieľa si nastaví text, cieľovú sumu a dĺžku trvania. Firma vyzve svojich zamestnancov alebo partnerov, aby podporili vybranú mimovládnu organizáciu. Veľkou motiváciou je, že firma vyzbierané dary znásobuje (matchuje) v pomere 1:1 alebo 2:1. Zamestnancov osloví s tým, že za každé darované euro z ich strany firma daruje ďalšie, až do vopred určenej maximálnej výšky.

Na vytvorenie vlastnej darcovskej výzvy potrebujete iba pár minút vášho času. Je to administratívne nenáročné, nepotrebujete zakladať vlastný transparentný účet či verejnú zbierku, vidíte počítadlo príspevkov a viete, koľko darov oslovení ľudia poslali.

Výhodou je, že výzva nie je verejne medializovaná – prispieť môže len ten, koho autor osloví. Môžete si spraviť internú firemnú výzvu, ktorou budete oslovovať len vašich zamestnancov.

Príkladom takejto úspešnej firemnej výzvy je napríklad výzva spoločnosti Plzeňský Prazdroj, ktorá vyzbierané financie darovala Človeku v ohrození, alebo firmy ESET, ktorá podporila organizáciu IPčko, ktorá zabezpečuje internetovej linke dôvery pre mladých ľudí.

**DARUJME.sk je nezisková služba, ktorá nie je zadarmo** – organizácie neplatia žiadne mesačné ani ročné poplatky, platia 1,9 – 3,9 % z prijatého daru. Presná výška percenta je určená z celkovej darovanej sumy za kalendárny rok. Z tejto sumy sú uhrádzané poplatky za bankové transakcie, financované fungovanie systému a neustála programátorská údržba a vylepšenia. Rovnako sú z nej hradené potrebné právnické služby, poradenstvo a vzdelávacie aktivity pre organizácie. Umožňujú aj ďalší rozvoj DARUJME.sk, keďže ako online nástroj musíme držať krok s rýchlym vývojom v internetovom prostredí.

DARUJME.sk dáva mimovládny organizáciám nástroj, aby mohli samy získavať finančné prostriedky na to, čomu veria, že je pre spoločnosť dôležité. Aj tu platí známe „babka k babce, budú kapce“ – malé dary od veľkého počtu ľudí menia život obdarovaných. V online priestore oslovujete veľké množstvo ľudí, väčšina ľudí môže darovať menší dar, najčastejšia výška daru je 10 €.

**” Najúspešnejšie sú organizácie, ktoré aktívne komunikujú v online priestore a jasne formulujú, prečo potrebujú podporu.**

- Prostredníctvom **darovacej platobnej brány** môže organizácia získať príspevky na **vlastnej webovej stránke jednoducho, bezpečne a efektívne**.
- **Priemerná výška daru** cez DARUJME.sk je **vyššia** ako pri iných formách individuálneho fundraisingu.
- **Prehľadné administračné rozhranie** umožňuje ľahkú orientáciu v údajoch o darcoch a ich aktivite.
- Umožňuje organizácii vybudovať si s darcami **dlhodobé vzťahy**.
- Netreba registrovať verejnú zbierku.
- Poskytuje možnosť využívať **konzultácie, vzdelávanie** a pomoc pri nastavovaní stránok.

**DARUJME.sk je dôležitý nástroj pre všetky mimovládne organizácie na Slovensku.** Vďaka poplatkom je nezávislý od vonkajších vplyvov, môže fungovať dlhodobo, stabilne a prispôbovať sa len potrebám organizácií. Je pre nás dôležité, aby tento systém pomáhal akejkoľvek organizácii podľa jej potrieb – či už potrebuje od darcov jednorazovú podporu v čase výpadku iného zdroja príjmu, pomoc pri katastrofe, alebo dary dlhodobo tvoria väčšinu jej príjmov.

 **DARUJME.sk**

# 3. StartLab - platforma na podporu dobrých vecí

StartLab = crowdfunding



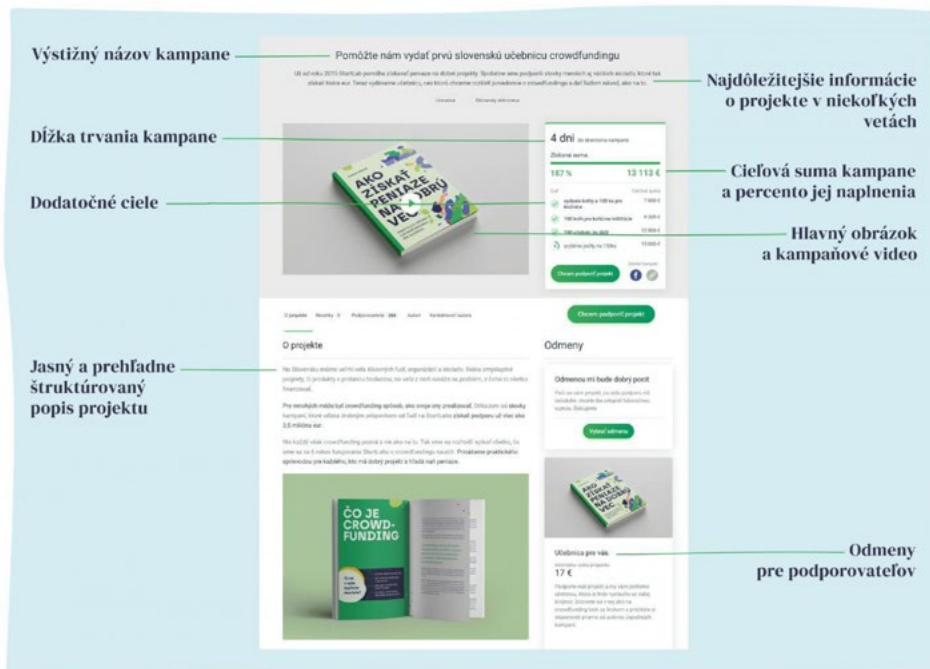
V roku 2015 vznikol StartLab, prvá slovenská platforma fungujúca na princípe odmenového crowdfundingu. V porovnaní s bežne využívanými grantovými schémami ide o administratívne neporovnateľne jednoduchší spôsob, ktorým môže nezisková organizácia financovať svoje aktivity.

Ide o svieži koncept otvorený rôznym kreatívnym ľuďom, projektom z oblasti umenia, dizajnu, vzdelávania, aktívneho občianstva, neziskovým organizáciám či start-upom. Prostredníctvom crowdfundingovej výzvy prezentujú svoje projekty v online priestore prostredníctvom tzv. kampaní. Každá kampaň prechádza schvaľovacím procesom, pričom podmienkou schválenia na StartLabe je, aby projekt napĺňal verejnoprospešný charakter alebo pomáhal budovať a rozvíjať hodnoty, ktoré sú v súlade s hodnotami Nadácie Centra pre filantropiu. Autorom kampane môže byť ako nezisková organizácia, tak aj fyzická alebo právnická osoba.

Na platforme autor prezentuje svoj projekt a verejnosť môže finančne podporiť jeho realizáciu. Na zvýšenie motivácie autor podporovateľom ponúka nejakú formu protihodnoty (tzv. odmenu), ktorou môže byť samotný produkt či čokoľvek iné – od potlačených tričiek, vstupeniek, originálnych grafík, kupónov až po pozvanie na večeru od známej osobnosti.

V kampani si autor stanovuje minimálnu výšku financií, ktoré na realizáciu projektu potrebuje, tzv. cieľovú sumu. Aby bola kampaň úspešná, autor ju komunikuje verejnosti a snaží sa ľudí presvedčiť, aby jeho zámer finančne podporili. Stáva sa, že cieľová suma môže byť v rámci kampane prekročená, v niektorých prípadoch aj niekoľkonásobne. Vtedy môže autor svoj projekt realizovať kvalitnejšie, rozšíriť ho či zdokonaľiť.

V prípade, že kampaň v určenom termíne nedosiahne cieľovú sumu, autor svoj projekt nerealizuje a finančné príspevky, ktoré dotedy prijal, sú podporovateľom po ukončení kampane automaticky vrátené naspäť.



## Prečo spustiť crowdfundingovú kampaň?

Môže sa zdať, že crowdfunding je iba o zbieraní peňazí. Aj keď je to väčšinou hlavný účel, na ktorý ho ľudia využívajú, výhody crowdfundingu sa tým zďaleka nekončia. Niekedy sú ostatné benefity dokonca hlavným dôvodom, prečo sa autor rozhodne crowdfundingovú kampaň spustiť.

### Spojíte ľudí pre svoju vec

Je rozdiel ponúkať ľuďom hotový produkt a zapojiť ich do procesu prípravy. Crowdfunding je vlastne forma spolupráce, vďaka ktorej budujete u ľudí lojalitu a pocit spoluúčasti, ale posilňujete aj ich pocit užitočnosti. Vďaka tomu sú ochotnejší nielen dať vám svoje peniaze, ale aj stať sa vašimi dlhodobými fanúšikmi a zákazníkmi.

### Spropagujete svoj projekt

Pre úspech kampane je nevyhnutné, aby sa o nej dozvedelo čo najviac ľudí. Na rozdiel od klasického fundraisingu, v kampani ste motivovaní dosiahnutím cieľovej sumy do konkrétneho termínu. Pravdepodobne preto budete komunikovať intenzívnejšie a využijete na to nové spôsoby a kanály. Môžu sa tak o vás dozvedieť aj ľudia, ktorí o vás nevedeli, alebo novým obsahom a odmenami oslovíte tých, ktorých sa vám doposiaľ nepodarilo zaujať.

### Získate spätnú väzbu

Predovšetkým ak chystáte nový produkt, včasná spätná väzba vám môže pomôcť ušetriť nemalé prostriedky na jeho výrobu. V kampani môžete totiž zistiť, že o produkt nie je záujem alebo že nie ste schopní ho ľuďom dostatočne dobre odkomunikovať.

### Získate distribučný kanál

Crowdfundingová kampaň vám poskytne jednoduchý distribučný systém. Ak chcete napríklad vydať svoju knižnú prvotinu, môžete sa trápiť s tým, ako ju ľuďom sprístupníte. Veľkí predajcovia nechcú zaradiť do ponuky neznámeho autora a vlastný e-shop znamená ďalšiu neistú investíciu. Cez crowdfundingovú kampaň získate prvých záujemcov, ktorým ju hneď po vytlačení pošlete.

Môžete tiež byť v situácii, že máte k dispozícii rôzne predmety, ktoré by mohli byť pre ľudí zaujímavé, ale neviete, čo s nimi. Aj v takom prípade ich k ľuďom dokážete dostať ako odmeny a ešte získať peniaze na ďalší projekt.

### Vytvoríte pozitívnu emóciu

Podľa mnohých ľudí, ktorí využili StartLab, bolo jednou z najlepších vecí, ktoré kampaňou dosiahli, vytvorenie spoločného nadšenia a pozitívnej emócie, ktorá pretrvala ešte dlho po kampani. Ľudia sa tešia, že sa niečo dobré podarilo a mohli byť toho súčasťou.

### Skúsenosti, informácie a nástroje

Odmenovému crowdfundingu sa venujeme od roku 2015 a platformou prešli stovky kampaní. Na našich stránkach nájdete podrobné návody, články a inšpirácie, ktoré oceníte pre nastavovanie kampane a naplňovanie jej cieľa. Okrem toho máte k dispozícii marketingové a analytické nástroje, ktoré vám pomôžu kampaň priebežne merať, vyhodnocovať a optimalizovať.

# Prečo spustiť kampaň na StartLabe?

## Osobný prístup

Každú kampaň posudzujeme individuálne a v prípade otázok sme vám k dispozícii. Aj vďaka tomu dosahujú kampane až 70 – 80 % úspešnosť.

## Nízky alebo žiaden poplatok

Pre fungovanie a ďalší rozvoj StartLabu si z výnosu z kampaní ponechávame 7 %. Podporovatelia však v procese podpory projektu môžu darovať ľubovoľný príspevok navyše, ktorý tento administratívny poplatok zníži alebo ho aj celý pokryje. Priemerne zaplatený poplatok sa tak v skutočnosti pohybuje iba okolo 3,5 %.

## Zodpovednosť



***Pre vyplatenie vyzbieraných peňazí je potrebné, aby ste naplnili či presiahli stanovený finančný cieľ.***

Toto pravidlo chráni vás ako autora pred situáciou, že by ste peniaze síce dostali, ale nie dost na to, aby ste projekt mohli realizovať. Rovnako chráni aj podporovateľov pred tým, že by ich peniaze neboli použité na účel, na ktorý boli zbierané.



## Knižka: Ako získať peniaze na dobrú vec, Učebnica crowdfundingu pre každého

Nie každý crowdfunding pozná a vie, ako na to. V Nadácii Centra pre filantropiu sme sa rozhodli spísať všetko, čo sme sa za 6 rokov fungovania StartLabu o crowdfundingu naučili. Praktického sprievodcu pre každého, kto má dobrý projekt a hľadá naň peniaze, si môžete kúpiť v [Martinuse](#).

Knihu sme poňali prakticky, s minimom teórie a s množstvom príkladov z praxe. Po jej prečítaní budete vedieť:

- čo je crowdfunding a ako vám pomôže pri financovaní vášho projektu,
- ako na to krok za krokom:
  - aké sumy môžete reálne získať a od čoho to závisí,
  - ako svoj projekt prezentovať tak, aby ho ľudia podporili,
  - ako pripraviť popis projektu, video, odmeny,
  - ako kampaň naplánovať,
  - ako svoj zámer dostať medzi širokú verejnosť,
  - aké zdroje na to budete potrebovať,
- čo všetko okrem peňazí môžete cez crowdfunding získať,
- aké sú skúsenosti tých, čo to vyskúšali.

### C. Zdroje od súkromných organizácií

Pod zdrojmi financovania od súkromných organizácií rozumieme predovšetkým podporu od nadácií či firiem.

Nadácie sú organizácie zriadené spravidla súkromnými osobami – jednotlivcami či podnikateľskými subjektami, ale aj mimovládny organizáciami. Ide teda o súkromnú iniciatívu vo verejný prospech. V niektorých prípadoch sú nadácie zriadené aj organizáciami verejného sektora, nie je to však bežné. Finančné prostriedky získavajú od svojich zakladateľov, ale aj od príspevkov firiem, cirkví alebo od jednotlivcov. Nadácie v zahraničí aj na Slovensku predstavujú dôležitý prvok v mozaike financovania verejnoprospešných aktivít, a teda aj mimovládnych organizácií.

Nadácie môžeme rozdeliť podľa rôznych kritérií. Napríklad podľa toho, **ako naplňajú svoje poslanie**, ich delíme na **operačné nadácie**, ktoré priamo realizujú vlastné programy a aktivity, a na **grantové nadácie**, naplňajúce svoje ciele cez poskytovanie finančnej podpory tretím osobám cez grantovú činnosť. Dá sa povedať, že grantové nadácie pôsobia ako banky pre tretí sektor. Viaceré nadácie obe tieto činnosti kombinujú.

Podľa **povahy zakladateľa** môžeme nadácie rozdeliť nasledovne: Nadácie založené firmami a viac či menej kontrolované zakladateľom sa nazývajú **firemné nadácie**. Nadácie založené fyzickými osobami môžu mať povahu **privátnych či rodinných nadácií**, nadácie, ktorých zakladateľom je organizácia verejnej správy – napríklad samospráva alebo sú zriadené zákonom, sa dajú nazvať **verejné či verejnoprávne nadácie**. Špecifickou kategóriou sú **komunitné nadácie**, ktoré slúžia geograficky vymedzenej komunite a sú spravované širšou skupinou miestnych aktérov.

Rozdeliť ich môžeme tiež **podľa územia, kde svojou činnosťou pôsobia** – na území Slovenska, v zahraničí alebo v lokálnej komunite. V zahraničí zvyčajne pôsobia v úzkej spolupráci s miestnymi partnermi ako **humanitárne a rozvojové organizácie**. **Komunitné nadácie** pôsobia v rámci geograficky ohraničenej komunity alebo regiónu.

Miera **nezávislosti** nadácie závisí od miery vplyvu zakladateľa na vnútorný chod nadácie a tiež od toho, ako je určený spôsob spravovania a spôsob tvorby a obnovovania orgánov nadácie a či rozhodovanie o zásadných otázkach je zverené takým orgánom nadácie, ktoré sú svojím zložením a pravidlami nezávislé vo svojom rozhodovaní od zakladateľa.

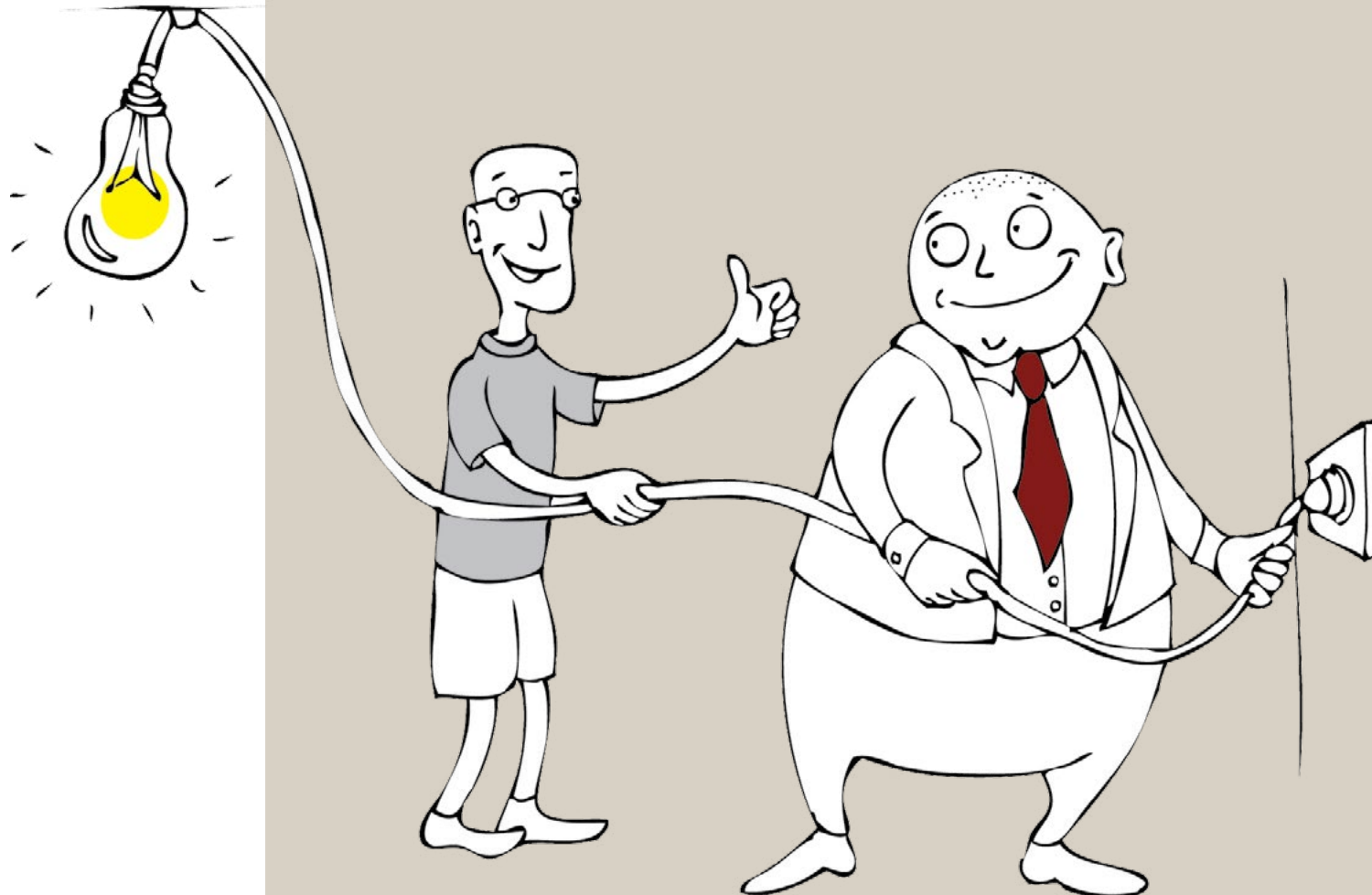
Nech dáme nadáciám akýkoľvek prívlastok, všetky fungujú podľa Zákona o nadáciách č. 34/2002, ktorým sa musia riadiť a splňať povinnosti, ktoré im z neho vyplývajú.

Spôsob, akým nadácie naplňajú svoje poslanie (vyvíjajú grantovú činnosť, realizujú vlastné programy), závisí od objemu finančných prostriedkov, ktoré sa im darí získať z vlastných a externých zdrojov. Príjmy nadácií sú premenlivou veličinou, na ktorú majú vplyv mnohé faktory, napríklad legislatíva, daňový systém, stupeň rozvoja firemnej



filantropie, spoločenská uvedomelosť občanov a mnohé iné.

V tejto časti budeme písať o tých nadáciách, od ktorých môžu mimovládne neziskové organizácie získať finančnú podporu na svoju verejnoprospešnú činnosť a aktivity.



### C. Zdroje od súkromných organizácií

# 1. Privátne nadácie a nadačné fondy

Grantové nadácie naplňajú svoje poslanie prerozdeľovaním finančných prostriedkov tretím osobám, ktoré realizujú verejnoprospešnú činnosť alebo sú priamo beneficiary podpory (jednotlivci v núdzi, štípendisti a pod.). Spravidla vyhlasujú grantové programy, ktoré v prípade dobrej praxe charakterizuje **otvorenosť, transparentnosť a dostupnosť**. Nadácie môžu však podporovať vybrané subjekty aj priamo.

**Otvorenosť** – finančné prostriedky sú prerozdeľované čo najprehľadnejším spôsobom s jasne definovanými podmienkami, požiadavkami a kritériami. Do grantového programu sa môže zapojiť široký okruh žiadateľov, ktorí spĺňajú kritériá oprávnenosti.

**Transparentnosť** – o výsledkoch hodnotenia sú informovaní nielen žiadatelia, ale aj široká verejnosť prostredníctvom webovej stránky nadácie. Mená hodnotiteľov a hodnotiteľiek predložených žiadostí sú zverejňované.

**Dostupnosť** – možnosť zapojiť sa je prístupná pre záujemcov o podporu z rôznych sociálnych skupín a regiónov Slovenska. Poskytovaním konzultácií pomáhame uchádzačom zvýšiť ich šance v grantovej súťaži.

Grantová nadácia má spravidla vypracovanú programovú stratégiu a z nej vyplývajúce dlhodobé, strednodobé i krátkodobé ciele. **Grantový program** vychádza z programovej stratégie nadácie a finančnou podporou rôzneho počtu projektov, podľa finančných možností nadácie, naplňa definovaný cieľ alebo chce dosiahnuť želané pozitívne zmeny v spoločnosti.

Grantový program uverejňuje **grantový výzvu**. V nej nadácia predstavuje svoju víziu programu ako celku a podmienky získania podpory, ale taktiež v nej podrobnejšie popisuje, aké typy aktivít chce podporiť a aký dosah by mali tieto aktivity naplniť.

Grantové programy sú realizované v **rôznych verejnoprospešných účeloch**, ktoré definuje už spomenutý Zákon č. 595/2003 o dani z príjmov, ktorý špecifikuje § 50 – použitie podielu zaplatenej dane na osobitné účely:

- ochrana a podpora zdravia,
- podpora a rozvoj telesnej kultúry,

- poskytovanie sociálnej pomoci,
- zachovanie kultúrnych hodnôt,
- podpora vzdelávania,
- ochrana ľudských práv,
- ochrana a tvorba životného prostredia,
- rozvoj a podpora vedy,
- organizovanie a sprostredkovanie dobrovoľníckej činnosti.

Grantová činnosť nadácie je závislá od objemu finančných prostriedkov, ktoré má nadácia k dispozícii z vlastných alebo externých zdrojov.

## Ako grantové organizácie sa na Slovensku dlhodobo profilujú napríklad:

[Karpatská nadácia](#)

[Nadácia Ekopolis](#)

[Nadácia otvorenej spoločnosti](#)

[Nadácia pre deti Slovenska](#)

[Stredoeurópska nadácia](#)

## 2. Firemné nadácie



Rozvoj firemného darcovstva patrí v Centre pre filantropiu medzi naše priority. Myslíme si, že dobročinnosť firiem je jedným zo spôsobov, ako prepojiť podnikateľskú sféru s potrebami spoločnosti.

**V prípade firemnej filantropie darcom nie je jednotlivec, ale podnikateľský subjekt – firma. Ide o koncept filantropie aplikovaný vo firemnom prostredí**

V súčasnosti sa pojem filantropia objavuje aj v súvislosti so sociálne zodpovedným správaním podnikateľských subjektov. Firemná filantropia je súčasťou širšieho konceptu spoločenskej zodpovednosti firiem (corporate social responsibility – CSR). Je dôležitým spojivom medzi firmou a oblasťou, v ktorej podnik pôsobí. Firma tak nepôsobí len v sfére vytvárania zisku a podnikania, ale aj v napĺňaní svojej širšej roly v komunite, v prostredí, kde pôsobí. Cez filantropické aktivity môže firma ukázať okoliu svoju „ľudskú tvár“. **Osobitosť a svoju reputáciu si firmy budujú aj vo sfére verejného blaha.** Mnohé spoločnosti realizujú tzv. strategickú filantropiu, ktorá napĺňa nielen sociálne a rozvojové ciele, ale aj podnikovú identitu, vzťahy s verejnosťou a celkovú komunikačnú politiku a stratégiu.

Boom vzniku nadácií založených firmami nastal v rokoch 2003 a 2004 po prijatí inštitútu asignácie dane pre právnické osoby. **Slovensko je jedinou krajinou na svete, ktorá umožňuje firmám prostredníctvom asignácie rozhodovať o použití časti výnosu z daní.** Assignácia dane (tzv. 2 % z daní) je právo daňovníka použiť časť ním zaplatenej dane z príjmov na verejnoprospešné účely. Assignácia dane je upravená v § 50 Zákona o dani z príjmov č. 595/2003.

Firmy si aj vďaka možnosti asignácie dane z príjmu zakladali samostatné právne subjekty – nadácie, ktoré často nesú ich meno, napr. Nadácia Orange, Nadácia SPP, Nadácia Tatra banky a mnohé iné. Tieto nadácie fungujú na rovnakom právnom princípe ako iné nadácie. Právne pomery nadácií definuje Zákon o nadáciách č. 34/2002.

Nie všetky firmy si založili vlastné nadácie, niektoré uprednostnili spoluprácu s inou, už existujúcou nadáciou, u ktorej si zriadili nadačný fond. Tejto nadácii firma zverí svoje finančné prostriedky na správu a prerozdelenie. Nadačný fond nemá právnu subjektivitu. Ide o dobrovoľné rozhodnutie podnikateľského subjektu prispievať k rozvoju spoločnosti podporou verejnoprospešných aktivít a podporou MNO. Firma sa aj cez svoju nadáciu či nadačný fond spája s určitou témou.

Firmy do svojich nadácií poukazujú 1 %, respektíve 2 % dane z príjmov. To, či firma asigňuje 1 % alebo 2 % záleží od jej ďalších finančných darov. Ak firma do termínu podania daňového priznania a zaplata dane darovala financie na verejnoprospešný účel MNO vo výške minimálne 0,5 % z dane, môže poukázať 2 % z dane. Ak firma 0,5 % z dane nedarovala, môže poukázať iba 1 % z dane.

Firemné nadácie následne redistribuujú asigňovanú daň v prospech zvolených verejnoprospešných projektov a iniciatív mimovládnych neziskových organizácií po celom Slovensku.

Firemné nadácie zvyknú mať definované grantové programy, ktoré vychádzajú zo stratégie spoločenského dopadu alebo programovej stratégie určujúcej dlhodobé, strednodobé i krátkodobé ciele. Nadácia v rámci grantového programu finančnou podporou viacerých projektov naplní definovaný cieľ a usiluje sa o želané pozitívne zmeny v spoločnosti.

Grantový program zvykne mať uverejnenú grantovú výzvu. V nej nadácia predstavuje svoju víziu programu ako celku, ale aj formálne a administratívne kritériá pre podporu projektov. Taktiež vo výzve pre inšpiráciu podrobnejšie popisuje, aké typy aktivít chce podporiť, aký typ subjektov je oprávnený žiadať o podporu a aký dosah v akých verejnoprospešných témach by mali podporené aktivity naplniť.

Špecifikom firemných nadácií sú **zamestnanecké grantové programy**, v ktorých môžu zamestnanci získať finančné prostriedky pre MNO, s ktorou spolupracujú vo voľnom čase alebo ktorú na podporu odporúčajú. Tento typ grantového programu prostredníctvom svojej firemnej nadácie organizuje každá väčšia, zvyčajne nadnárodná spoločnosť: Orange, Tatra banka, Kia, VÚB, Dell a mnohé iné. Informácie o zamestnaneckých programoch sú interné,

určené len pre zamestnancov týchto spoločností. Ak MNO osloví svojich podporovateľov a podporovateľky, môžu prostredníctvom ich zamestnávateľa získať pre organizáciu aj takýto typ finančnej podpory, často vo výške 500 – 3000 €.

V zmysle rozdelenia nadácií podľa právnej formy jej zakladateľa majú špecifické postavenie viaceré nadácie, u ktorých si MNO môže podať žiadosť o finančný príspevok, napr. Nadácia Pontis, ktorá spravuje viacero firemných nadačných fondov financovaných cez asignačný mechanizmus (napr. Nadačný fond Generali, Nadačný fond dm drogerie markt, Nadačný fond Mercedes-Benz Financial a iné). Zakladateľom Nadácie Pontis je The Foundation for a Civil Society, New York. Nadácia realizuje grantovú aj vlastnú operačnú činnosť.

Nadácia Centra pre filantropiu tiež spravuje viacero firemných nadačných fondov, ktoré sú financované cez asignačný mechanizmus (napr. Nadačný fond Baunit, Nadačný fond Kaufland, Nadačný fond Slovanet, Nadačný fond Zuzany Čaputovej, Nadačný fond Hartmann). Nadácia Centra pre filantropiu je založená Centrom pre filantropiu n. o., ktorej zakladateľmi sú fyzické osoby. Nadácia realizuje grantovú aj vlastnú operačnú činnosť.

Ak sa chcete zorientovať a spoznať činnosť rôznych firemných nadácií, užitočná môže byť návšteva webového sídla **Asociácie firemných nadácií a nadačných fondov**, skrátene **ASFIN**. Nájdete tu informácie o členoch, linky na ich vlastné webové stránky, kde zverejňujú informácie o verejnoprospešných témach, ktoré podporujú, a spôsoboch, akými realizujú finančnú podporu pre MNO. Mnohé z nich posielajú pravidelné newslettre, v ktorých informujú o grantových výzvach, podporených projektoch aj o vlastných operačných či iných aktivitách. Asociácia tiež zverejňuje rôzne štatistiky k 2 % podielu zaplatenej dane.

Asociácia vznikla v roku 2013 a je v nej zastúpených 15 nadácií a nadačných fondov založených podnikateľskými subjektmi. Jej cieľom je prispievať k maximalizácii efektivity a transparentnosti pri dosahovaní verejnoprospešného účelu, ako aj ku kultivácii nadačného prostredia a podpore firemného darčovstva na Slovensku. Činnosť asociácie zastrešuje Centrum pre filantropiu spoločne s Nadáciou Pontis.

### **Aktuálni členovia ASFINU:**

[Nadácia Eset](#)

[Nadácia Kia Slovakia](#)

[Nadácia Markíza](#)

[Nadácia Orange](#)

[Férová Nadácia O2](#)

[Nadácia Slovenskej sporiteľne](#)

[Nadácia SPP](#)

[Nadácia Tesco](#)

[Nadácia VÚB](#)

[Nadačný fond dm drogerie markt pri Nadácii Pontis](#)

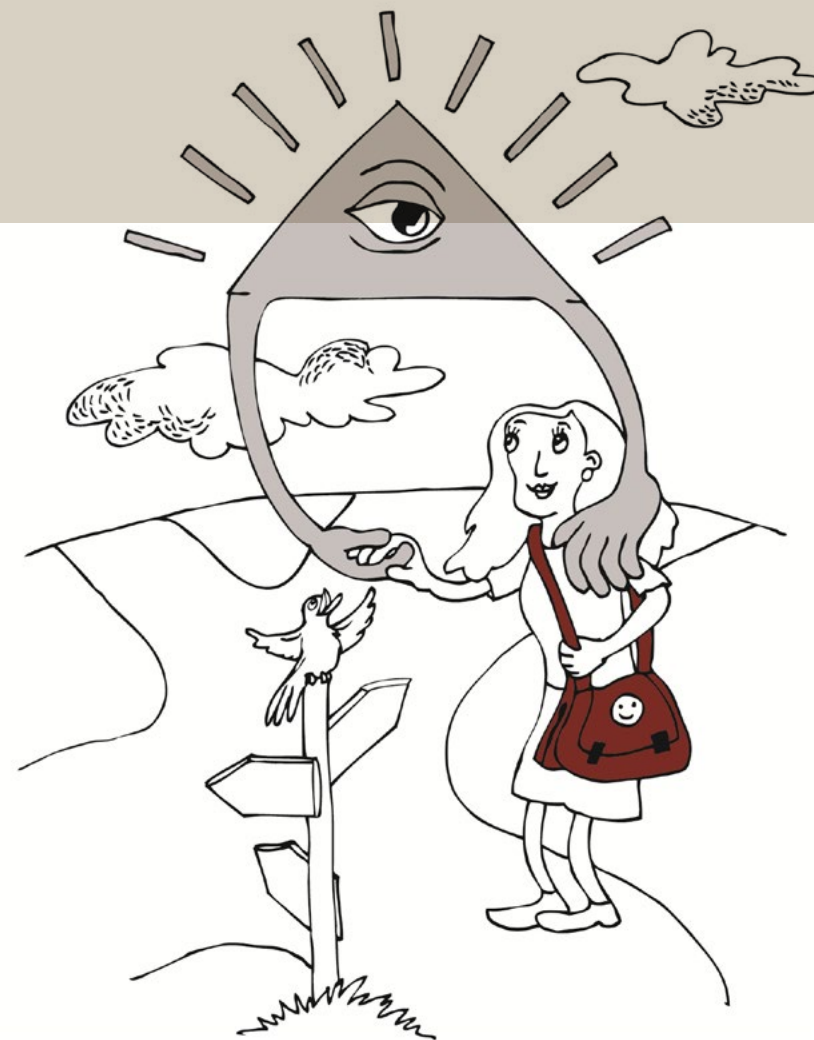
[Nadačný fond Lidl pri Nadácii Pontis](#)

[Nadačný fond Slovenských elektrární pri Nadácii Pontis](#)

[Nadačný fond Telekom pri Nadácii Pontis](#)

[Nadačný fond Accenture pri Nadácii Pontis](#)

[Nadačný fond Kaufland pri Nadácii Centra pre filantropiu](#)



Okrem členov Asociácie evidujeme 69 nadácií založených firmami, ktoré reportujú použitie prijatej asignácie do Obchodného vestníka. Z tohto dôvodu predpokladáme, že ide o nadácie, ktoré vykonávajú vlastnú operačnú činnosť a aj grantovú činnosť.

365.nadácia	Nadácia Mondi SCP
ČSOB nadácia	Nadácia Nádej pre Vaše Zdravie
Union nadácia	Nadácia NN ľudom
MEDEKO nadácia	Nadácia PARTNERS
Nadácia – Dar zdraviu	Nadácia Penta
Nadácia „Pantheon Foundation“	Nadácia Petit Academy
Nadácia AGAPA	Nadácia Pomoc deťom v ohrození
NADÁCIA AGEL	Nadácia pre človeka v núdzi a prevenciu kriminality
Nadácia AGROFERT – slovenská organizačná zložka	Nadácia Rádia Expres
Nadácia Allianz	Nadácia Reinhold a Carmen Würth
Nadácia Anjelské krídla	Nadácia súčasného slovenského výtvarného umenia
Nadácia Bane pre zdravie, vzdelanie, kultúru a šport regiónu	Nadácia Šťastné srdcia
Nadácia BMT	Nadácia TA3
Nadácia Carmeuse	Nadácia Tatra banky
Nadácia COOP Jednota	Nadácia TAX-AUDIT Slovensko
Nadácia Danubia	Nadácia TV JOJ
Nadácia DECODOM	Nadácia U. S. Steel Košice
Nadácia Dionýza Ilkoviča	Nadácia Veolia Slovensko
Nadácia Doprastav	Nadácia Volkswagen Slovakia
Nadácia EPH	Nadácia Vrátené zdravie
Nadácia Espérance	NADÁCIA X-BIONIC SPHERE
Nadácia F. P. Mitterbauera (Nadácia Miba)	Nadácia Zdravie – naša priorita
Nadácia Gabor	Nadácia VSE
Nadácia GRANVIA	Nadácia ZSE
Nadácia HB Reavis	Nadácia ZSNP a Slovalco
Nadácia Henkel Slovensko	Nadácia Železiarne Podbrezová
Nadácia CHEMOSVIT	Nadácia ŽIVOT
Nadácia IBD	Nadácia – Dar zdraviu
Nadácia IS-Industry Solutions	Nadácia DEDO
Nadácia J&T	Sanus, nadácia preventívnej medicíny
Nadácia Jána Korca	
Nadácia Keď potrebujete pomôcť, UNIVERSAL makléřský dom	
Nadácia Kosit	
Nadácia Krištáľové krídlo	
Nadácia Letokruhy	
Nadácia LUX	
Nadácia Matador	
Nadácia M-MARKET	
Nadácia Mojmir	

## Ďalšie aktivity firiem v oblasti podpory MNO

Firma môže okrem poskytovania finančných prostriedkov do svojich filantropických aktivít zapojiť aj zamestnancov.

### Dobrovoľníctvo zamestnancov

Firemné dobrovoľníctvo je jednou z foriem firemnej filantropie, keď podnikateľský subjekt aktívne zapojí svojich zamestnancov a zamestnankyne do podpory komunity a dobročinných aktivít. Namiesto finančných či vecných darov venuje čas, energiu a schopnosti svojho tímu. Najväčším podujatím firemného dobrovoľníctva na Slovensku je projekt [Naše mesto](#). Okrem neho rôzne typy firemných dobrovoľníckych aktivít v regiónoch organizujú jednotlivé dobrovoľnícke centrá:

[Centrum dobrovoľníctva, n. o. \(Banská Bystrica\)](#)

[Bratislavské dobrovoľnícke centrum](#)

[Dobrovoľnícke centrum Košického kraja](#)

[Nitrianske centrum dobrovoľníctva](#)

[Prešovské dobrovoľnícke centrum](#)

[Trenčianske dobrovoľnícke centrum](#)

[Trnavské dobrovoľnícke centrum](#)

[Žilinské dobrovoľnícke centrum](#)



**Súčasným trendom vo firemnom dobrovoľníctve je expertné dobrovoľníctvo.**

V minulosti bolo dobrovoľníctvo vyššieho manažmentu a vedenia spoločností zamerané hlavne na manuálnu prácu – v niektorých mimovládnych organizáciách, škôlkach či krízových centrách majú „najdrahšie“ natretý plot či lavičku. V súčasnosti je cieľom skôr to, aby MNO mohli pro bono využiť, že niektorí ľudia sú ochotní poskytnúť im špecifické znalosti a zručnosti. To znamená, že ak je niekto napríklad výborným marketérom, môže mimovládnej organizácii najviac pomôcť tak, že jej nastaví marketingovú a komunikačnú stratégiu voči darcom či širokej verejnosti. Firma teda poskytne expertízu svojich zamestnancov mimovládny organizáciám v biznis kvalite a bezplatne. Vďaka tomu získa MNO know-how, ktoré by si inak nemohla dovoliť, a tým dokáže svoju prácu vykonávať efektívnejšie a s väčším dosahom.

### Poskytovanie služieb

Firma poskytne bezplatne alebo so zľavou služby, ktoré sú súčasťou jej vlastnej obchodnej stratégie. Môže ísť o IT služby, právne služby, účtovníctvo či audit. Príkladom takejto pomoci je dlhodobá podpora firmy Orange Slovensko, ktorá Centru pre filantropiu poskytuje zľavy na paušáloch organizácie. Spoločnosť ESET zas napríklad poskytuje MNO zdarma licencie na niektoré antivírusové programy.

Niektoré banky poskytujú organizáciám služby, ktoré sú priamo zamerané na neziskové organizácie či inak oslobodené od poplatkov. SLSP a Fio banka umožňujú založenie transparentného účtu. Tie je možné sledovať na [www.transparentneucty.sk](http://www.transparentneucty.sk).

Banka môže umožniť darovanie prostredníctvom siete bankomatov. Aktuálne túto formu darovania vidíme napríklad v bankomatoch VÚB, kde môžete prispievať finančnou čiastkou vo výške 2, 5, 10 a 15 €. Tieto dary sú určené pre mimovládnu neziskovú organizáciu Človek v ohrození, ktorá aktuálne pomáha s nevyhnutnými životnými potrebami ľuďom zasiahnutým konfliktom na Ukrajine.

Príležitosť darovať poskytujú firmy aj pri iných príležitostiach. Využiť sa dá napríklad aj zálohovanie PET fliaš a plechoviek – v každej predajni Lidl je možnosť venovať svoju zálohu iniciatíve Upracme Slovensko a pomôcť tak upratať slovenskú prírodu. Ide o medzinárodnú iniciatívu [Upracme svet, upracme Slovensko](http://Upracme svet, upracme Slovensko).

V roku 2020 mohli zákazníci Orange poslaním bezplatnej SMS správy na číslo 100 s textom DARUJEM darovať svoje nespotrebované dáta z mesačného paušálu. Za každých 7 200 GB vyzbieraných dát obdarovali jednu pestúnsku rodinu vybranú v spolupráci s občianskym združením Návrat.

### Požičanie produktov alebo majetku

Môže ísť o poskytovanie nájmu, zapožičanie motorového vozidla, notebookov, tlačiarne. Možností, ako pomáhať, je viacero. Ak má firma vlastnú budovu, môže časť priestorov poskytnúť mimovládnej organizácii za nulový nájom. Firmy, mestá a obce často poskytujú MNO budovy, o ktoré sa finančne nezvládnu starať, na dlhodobý nájom za 1 €. Napríklad Občianske združenie Truc sphérique získalo od Železníc SR do 30-ročného symbolického prenájmu budovu a okolité územie starej železničnej zastávky Žilina-Záriečie, a to výmenou za rozsiahlu rekonštrukciu, zachovanie pôvodnej funkcie zastávky a útulku pre traťových robotníkov. Vďaka ich dlhodobej práci tu vzniklo kultúrne centrum Stanica.

### Cause-related marketing (CRM)

Ide o spoločné využitie marketingových nástrojov, keď sa firma a MNO dohodnú na spoločnej propagácii konkrétneho produktu a výťažok z jeho predaja poslúži na verejnoprospešné účely. Výrobok tak získa pridanú hodnotu tým, že jeho predajom sa podporí dobrá vec, a MNO získa vopred dohodnutú finančnú čiastku z predaja každého produktu.

Napríklad spoločnosť LOVELA BABY sa rozhodla podporiť neziskovú organizáciu JEDEN RODIČ. Od 1. do 31. marca 2022 mohli zákazníci kúpou ľubovoľného výrobku Lovela Baby prispieť 0,15 € na podporu neúplných rodín s deťmi.

Podobnou službou je aj [FUNDER](http://FUNDER). Ide o fundraisingovú platformu, ktorá má formu e-shopu. To znamená, že zisk z predaja produktov platforma odosiela tam, kde je to potrebné. Kúpou produktu tak nielenže získate pekný kúsok z limitovanej kolekcie, ale zároveň podporíte niekoho, kto pomoc potrebuje.

## Percento z nákupu

Ďalšou možnosťou pomoci sú aktivity, kde zákazník pri nákupe služby či produktu venuje niekoľko % z nákupu a podporí verejnoprospešnú vec. Môže tak urobiť napríklad cez:

[Dobromat](#)

[Givenio](#)

Zaujímavou alternatívou sú iniciatívy, ktoré prepájajú sociálnych podnikateľov a iných riešiteľov spoločenských problémov s investormi zameranými na pozitívny spoločenský dosah.

[Sociálni inovátori](#)

[Digitálni anjeli](#)

[Slovak Global Network](#)

## Sponsoring

Pri konzultáciách ľudia často hovoria o finančnej podpore od firiem a pýtajú sa na sponsoring. **Sponsoring** je finančná alebo nefinančná forma podpory poskytnutá za dohodnutú protislužbu a je to jedna z foriem obchodného vzťahu. MNO a firma uzavrujú zmluvnú dohodu o medializácii značky obchodnej spoločnosti na verejnoprospešnej akcii či aktivite MNO. Tento typ financovania je súčasťou firemných rozpočtov a je daňovo uznateľnou položkou. Z hľadiska účtovania sa zahŕňa do nákladov firmy, na rozdiel od daru, ktorého poskytnutie upravuje Darovacia zmluva uzatvorená v zmysle ustanovení § 628 a nasl. Občianskeho zákonníka v platnom znení. Dar sa z hľadiska účtovania platí zo zisku firmy. My v Centre pre filantropiu sa sponsoringu nevenujeme, pretože z nášho pohľadu nejde o darcovstvo a filantropiu v pravom slova zmysle.

## C. Zdroje od súkromných organizácií

# 3. Komunitné nadácie





Komunitná nadácia je špecifický typ nadácie. Je orientovaná na geograficky ohraničenú komunitu, pričom získava finančné zdroje od darcov z prostredia tejto komunity a prerozdeľuje ich na podporu tém a aktivít odrážajúcich potreby komunity. Má ambíciu budovať nadačné imanie a svoju činnosť zameriava na podporu miestnych aktérov a iniciatív poskytovaním grantov. Jej správna rada odráža rôznorodosť komunity, ktorej slúži.

#### **Charakteristiky komunitnej nadácie:**

- Slúži všetkým členom určitej geograficky vymedzenej komunity.
- Poskytuje granty neziskovým organizáciám a podporuje aktivity pre komunitu.
- Poskytuje služby, ktoré pomáhajú donorom - individuálnym darcom, rodinám, podnikom, iným nadáciami, verejným osobám naplniť ich víziu pre komunitu.
- Pomáha širokému okruhu donorov stotožniť sa s potrebami okolia.
- Snaží sa pre komunitu zabezpečiť permanentné prostriedky (najčastejšie prostredníctvom zriadenia darovacieho alebo stáleho fondu).
- Slúži ako katalyzátor, organizátor a facilitátor pri spájaní širokého záberu aktivít, iniciatív a partnerstiev v komunite.

Na Slovensku pôsobí 9 komunitných nadácií, ktoré spája [Asociácia komunitných nadácií Slovenska](#).

[Komunitná nadácia Bardejov](#)

[Komunitná nadácia Bratislava](#)

[Komunitná nadácia Liptov](#)

[Komunitná nadácia Modrá Torysa \(Lipany\)](#)

[Komunitná nadácia Veľký Šariš](#)

[Komunitná nadácia Zdravé mesto \(Banská Bystrica\)](#)

[Nadácia REVIA – Malokarpatská komunitná nadácia \(Pezinok\)](#)

[Nitrianska komunitná nadácia](#)

[Trenčianska nadácia](#)

#### **C. Zdroje od súkromných organizácií**

## **4. Zahranicičné nadácie**



Zahraničné vlády medzi sebou komunikujú prostredníctvom svojich veľvyslanectiev. Tie plnia v hostiteľskej krajine viaceré úlohy – propagujú svoju domácu kultúru, monitorujú stav udalostí v hostiteľskej krajine, chránia práva svojich občanov v zahraničí a podobne. Niektoré štáty realizujú zahraničnú rozvojovú pomoc cez špeciálne agentúry rozvojovej pomoci alebo cez svoje zastupiteľské úrady v zahraničí, či cez spolupracujúce organizácie. Zastupiteľské úrady niekedy finančne podporujú aj mimovládne organizácie v hostiteľskej krajine. Na Slovensku je z hľadiska podpory MNO významné **Veľvyslanectvo USA na Slovensku**. Sekcia pre verejné záležitosti veľvyslanectva každoročne podporuje financovanie MNO prostredníctvom svojho grantového programu verejnej diplomacie USAID – Program malých grantov, ako aj prostredníctvom osobitných výziev. Udeľovanie grantov alebo dohôd o spolupráci závisí od dostupnosti finančných prostriedkov. Odporúčame pravidelne kontrolovať aktuálne výzvy. Prečítajte si úplné oznámenie o možnostiach financovania pre cieľ programu, informácie o žiadosti a požiadavky na oprávnenosť.

Ďalšími veľvyslanectvami, ktoré poskytujú podporu pre verejnoprospešné aktivity MNO na Slovensku, sú:

[Kanadské veľvyslanectvo na Slovensku](#)

[Veľvyslanectvo Holandského kráľovstva na Slovensku](#)

[Veľvyslanectvo Nórskeho kráľovstva na Slovensku](#)

[Veľvyslanectvo Spolkovej republiky Nemecko](#)

## II. SAMOFINANCOVANIE

Samofinancovanie je využívané v organizáciách, ktoré majú schopnosť vytvárať príjem z ekonomických aktivít, čo vyžaduje systematický prístup a organizačno-manažérske schopnosti. Samofinancovanie, t. j. získavanie príjmu z ekonomickej aktivity, je jednou z efektívnych stratégií prispievajúcich k udržateľnosti mimovládnych neziskových organizácií. Každá organizácia môže do istej miery vytvárať finančné zdroje z vlastnej činnosti, čo umožňuje zákon o dani z príjmov.

### A. Vlastná činnosť

MNO je pri napĺňaní svojho verejnoprospešného poslania schopná poskytovať spoplatnené služby. Môže ísť o vzdelávacie školenia, poradenstvo, konzultácie, využívanie metodík či postupov, ale aj konkrétne typy sociálnych služieb v oblasti podporovaného bývania, komunitných sociálnych služieb, psycho-sociálneho poradenstva, vzdelávania atď.

MNO musí svoju činnosť, z ktorej má príjmy, členiť na hlavnú, ekonomickú a podnikateľskú. Z hlavnej činnosti neplatí daň z príjmov ani DPH, z ekonomickej platí daň z príjmov v rámci daňového priznania a z podnikateľskej činnosti jej vyplýva povinnosť založiť živnosť, registrovať sa na DPH a taktiež DPH odvádzať.

**Hlavná činnosť** priamo vyplýva zo zakladajúcich dokumentov organizácie – zo stanov alebo zakladacej či nadačnej listiny organizácie, kde je explicitne uvedené, čo je účelom a predmetom činnosti organizácie. Dôležité je, na aký účel organizácia vznikla.

**Ekonomickou činnosťou** sa rozumie príležitostná činnosť, ktorá je doplnkovou činnosťou a nie je predmetom činnosti organizácie.

**Podnikateľská činnosť** je opakujúca sa činnosť, ktorá nie je predmetom činnosti organizácie.

## **Rozdiel medzi troma typmi činnosti vysvetlíme na príklade občianskeho združenia, ktoré je zriadené na účel podpory športu a zdravého pohybu detí:**

### **Hlavná činnosť**

Občianske združenie vykonáva aktivity súvisiace s hlavným účelom jeho činnosti – školenia na školách, voľnočasové aktivity pre deti a mládež, denné športové tábory pre deti, workshopy pre deti...

### **Ekonomická činnosť**

Občianske združenie jednorazovo zorganizuje bežecký maratón pri príležitosti výročia zriadenia mesta a pre tento účel vyberá vstupné.

### **Podnikateľská činnosť**

Občianske združenie opakovane dodáva služby vo forme školení podnikateľskému subjektu. Ide o opakujúcu sa činnosť, ktorá nie je predmetom činnosti organizácie. Zároveň dodáva služby podnikateľskému subjektu, ktorého účelom je dosiahnuť zisk – teda nemá verejnoprospešný charakter.

Výhodou je, že organizácia dokáže vlastnou činnosťou získať tzv. voľné peniaze, ktoré nie sú účelovo viazané na konkrétne výdavky, na rozdiel od tzv. projektových peňazí. Voľné zdroje môže použiť na tie položky svojho rozpočtu, ktoré nie sú kryté inými zdrojmi alebo na ktoré nie je možné získať granty. Často ide o mzdy, nájom, energie, administratívne náklady. MNO s týmito peniazmi môže nakladať podľa potrieb a priorít.

## **B. Členské a účastnícke poplatky**

Niektoré organizácie zastrešujú viacero osôb alebo organizácií, ktoré platia ročné členské poplatky. Tieto organizácie vyvíjajú činnosť pre svojich členov a tí na oplátku prispievajú na ich chod. Príkladmi takýchto organizácií sú Platforma dobrovoľníckych centier a organizácií, Asociácia firemných nadácií a nadačných fondov, Asociácia organizácií zdravotne postihnutých občanov SR, Únia materských centier a mnohé iné.

Ďalšou možnosťou, ako môže organizácia získať finančné prostriedky, sú účastnícke poplatky. Tie zahŕňajú náklady spojené s prípravou a realizáciou konferencií, workshopov, festivalov a iných odborných podujatí.

## **C. Predaj produktov**

MNO produkujú rôzne predajné výrobky či publikácie, ktoré súvisia s ich poslaním (napríklad knihy, tričká, pohľadnice, hračky, kresby detí so znevýhodnením...), alebo vytvárajú pracovné miesta pre ľudí so znevýhodnením. Dôležité je, že výnos z tohto predaja musí byť použitý na činnosť organizácie. Nemôže byť použitý na obohatenie zakladateľov alebo svojich členov tak, ako je to pri podnikaní.

## **D. Využitie nehmotného majetku**

Môže ísť o príjmy z licencií, patentov, t. j. autorských práv, ale aj poskytnutie svojho mena ako garanta určitého produktu.

## **E. Zhodnocovanie vlastného majetku**

Ide o zhodnocovanie hmotného majetku, ktorý MNO vlastní, napr. prenájom vlastného priestoru iným organizáciám či zapožičanie automobilu.

### III. VEREJNÉ ZDROJE

Štát, resp. verejný sektor podporuje fungovanie MNO priamo a nepriamo. **Priama podpora** predstavuje poskytnutie finančných prostriedkov na realizáciu verejnoprospešných aktivít a služieb formou dotácií, príspevkov, grantov. Ide o dotácie zo štátneho rozpočtu, VÚC a obcí. **Nepriama finančná podpora** je, keď sa štát vedome vzdáva časti príjmov, ktoré by získal na daniach alebo clách, v prospech MNO. Patrí sem asignácia podielu zaplatenej dane, oslobodenie od daní a cla, charitatívna reklama.

#### A. Domáce verejné zdroje

1. Dotácie zo štátneho rozpočtu
2. Dotácie z vyšších územných celkov a obcí
3. Asignácia podielu dane z príjmov právnických a fyzických osôb
4. Oslobodenie od daní a ciel
5. Charitatívna reklama

Dotácia je forma nenávratného finančného prostriedku z verejných rozpočtov, štátnych účelových fondov, v rámci právom regulovaného procesu, poskytnutá fyzickej alebo právnickej osobe. Štátna dotácia predstavuje zúčtovateľnú sumu finančných prostriedkov. Vo všeobecnosti ide o platbu, ktorú inštitúcia poskytuje jednotlivcovi alebo inštitúcii bez toho, že by očakávala protihodnotu. Môže ísť o účelovú dotáciu alebo neúčelovú dotáciu, tzv. subvenciu.

Štát podporuje fungovanie MNO priamo a nepriamo. **Priama podpora** predstavuje poskytnutie finančných prostriedkov na realizáciu verejnoprospešných aktivít a služieb formou dotácií, príspevkov, grantov. Ide o dotácie zo štátneho rozpočtu, VÚC a obcí. **Nepriama finančná podpora** je, keď sa štát vedome vzdáva časti príjmov, ktoré by získal na daniach alebo clách, v prospech MNO. Patrí sem asignácia podielu zaplatenej dane, oslobodenie od daní a cla, charitatívna reklama.

#### A. Domáce verejné zdroje

### 1. Dotácie zo štátneho rozpočtu



Dotačné schémy jednotlivých ministerstiev a rezortov tvoria relevantný podiel na financovaní aktivít mimovládnych neziskových organizácií. Viaceré ministerstvá, ďalšie ústredné orgány štátnej správy a fondy poskytujú dotácie. Ide o dotácie (t. j. príspevky, granty) z rozpočtových kapitol štátneho rozpočtu vyplývajúcich zo zákona o štátnom rozpočte. Tie sú zverejňované vždy na príslušný kalendárny rok.

1. Fond na podporu umenia
2. Fond na podporu kultúry národnostných menšín
3. Fond na podporu športu
4. Fond na podporu kultúry národnostných menšín
5. Audiovizuálny fond
6. Fond na podporu vzdelávania
7. Ministerstvo dopravy a výstavby SR
8. Ministerstvo financií SR
9. Ministerstvo hospodárstva SR, Dotácie v roku 2022
10. Ministerstvo kultúry SR
11. Ministerstvo obrany SR
12. Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR
13. Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny SR  
(rozdeľuje aj finančné prostriedky z výťažkov lotérií a iných podobných hier)
14. Ministerstvo spravodlivosti SR

15. Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR
16. Ministerstvo vnútra SR
17. Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR
18. Ministerstvo zdravotníctva SR
19. Ministerstvo životného prostredia SR, Environmentálny fond
20. Úrad podpredsedu vlády SR pre investície a informatizáciu
21. Úrad vlády SR a rozpočtová rezerva predsedu vlády SR
22. Štátny fond rozvoja bývania

**„Každá dotácia jednotlivých rezortov má špecifické zadanie a požiadavky na predkladateľa a treba si ju podrobne naštudovať.“**

## 2. Dotácie z vyšších územných celkov a obcí



Financovanie z verejných zdrojov môže byť prostredníctvom priamej podpory zo štátneho rozpočtu, z rozpočtov VÚC a obcí. Sú to teda regionálne a miestne zdroje.

### Dotácie z rozpočtov VÚC a obcí

Obec alebo VÚC v súlade so zákonom č. 583/2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách územnej samosprávy môže zo svojho rozpočtu poskytovať dotácie, ktoré sú určené aj MNO, ktoré pôsobia, vykonávajú činnosť alebo poskytujú služby obyvateľom na území obce alebo VÚC.

Dotácie, ktoré obce poskytujú, sú verejnými prostriedkami. Definícia verejných prostriedkov je uvedená v dvoch základných právnych normách:

- v zákone č. 523/2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách verejnej správy;
- v zákone č. 357/2015 Z. z. o finančnej kontrole a audite.

MNO môže na svoju činnosť žiadať dotáciu od samosprávneho kraja, v ktorom pôsobí. **Ak má sídlo v obci, môže sa informovať o možnostiach dotácií na obecnom úrade.** Obec by mala mať schválené všeobecne záväzné nariadenie (VZN) o poskytovaní dotácií z rozpočtu obce, v ktorom by mali byť presne popísané podmienky poskytnutia a vyúčtovania dotácií.

### Dotáčne mechanizmy na úrovni samosprávnych krajov:

[Bratislavská regionálna dotačná schéma](#)

[Košický samosprávny kraj](#)

[Trnavský samosprávny kraj](#)

[Nitriansky samosprávny kraj](#)

[Trenčiansky samosprávny kraj](#)

[Žilinský samosprávny kraj](#)

[Prešovský samosprávny kraj](#)

[Banskobystrický samosprávny kraj](#)

Niektoré **mestá majú zriadené nadácie**, ktoré naplňajú verejné politiky mesta v rôznych verejnoprospešných účeloch podpory a fungujú ako grantové nadácie. MNO u nich môžu žiadať o finančnú podporu na základe zverejňovaných grantových výziev. Bez nároku na úplnosť uvádzame príklady nadácií zriadených mestom:

[Nadácia mesta Bratislavy](#)

[Nadácia mesta Topolčany](#)

[Nadácia mesta Žilina](#)

[Komunitná nadácia mesta Humenné](#)

[Nadácia PROCASSOVIA, nadácia mesta Košice](#)

[Nadácia mesta Prešov](#)

[Detská nadácia mesta Krompachy](#)

[Nadácia Nová šanca, nadácia mesta Martin](#)

### **Platby a príspevky za služby na základe kontraktov a zmlúv, verejné zákazky**

Štát si od MNO môže zakúpiť službu, to znamená, že MNO dostáva verejné prostriedky za to, že poskytuje verejnoprospešné služby vo verejnom záujme, pričom musí podať výkon na takej úrovni, ako sa zmluvne zaviazala. MNO často týmto spôsobom poskytujú napríklad sociálnu pomoc, ochranu týraných žien a detí, pomoc drogovo závislým, pomoc pracujúcim v sexbiznise, informačno-vzdelávacie aktivity, ochranu životného prostredia, kultúrneho dedičstva, podporu zamestnávania ľudí so znevýhodnením... Neziskový sektor často poskytuje služby tam, kde sú nedostatky v systéme pomoci – štát tieto služby nie je schopný zabezpečiť a pre firmy sú z finančného hľadiska málo výnosné.

Príjemcami poskytovanej služby sú často ľudia alebo subjekty verejného záujmu, ktorí si za ňu nemôžu dovoliť zaplatiť komerčnú alebo plnú sumu. Uzatváranie takýchto typov zmlúv medzi štátom a MNO nie je často využívané, aj keď skúsenosti ukazujú, že MNO vedia tieto služby poskytovať kvalitnejšie, lacnejšie, efektívnejšie a transparentnejšie ako samotný štát.

Pri poskytovaní takejto služby MNO vzniká vzťahový trojuholník, ktorý tvorí (1) MNO ako poskytovateľ služby; (2) klient ako prijímateľ služby a (3) podporovateľ, ktorý za poskytnutú službu platí.

### **Sociálne služby**

Od roku 1990 môžu sociálne služby poskytovať aj neštátne subjekty. V súčasnosti sú najväčšími neštátnymi poskytovateľmi sociálnych služieb na Slovensku cirkvi a ich organizácie.

### **Zdravotnícke služby**

Zdravotnú starostlivosť a službu môžu poskytovať len neziskové organizácie poskytujúce všeobecne prospešné služby, Slovenský Červený kríž, cirkvi a náboženské spoločnosti. Neštátne zdravotnícke zariadenia poskytujú zdravotnú starostlivosť na základe povolenia na poskytovanie zdravotnej starostlivosti.

### **Služby na podporu zamestnávania**

MNO môže zriadiť a prevádzkovať chránenú dielňu. Na chránené dielne pre občanov so zdravotným postihnutím poskytuje štát príspevky – konkrétne na zriadenie dielne, dodatočné a prevádzkové náklady, či na dopravu na Úrad práce, sociálnych vecí a rodiny, v ktorého územnom obvode boli chránená dielňa alebo chránené pracovisko zriadené.

MNO môže občanom so zdravotným znevýhodnením, dlhodobo nezamestnaným občanom a zamestnávateľom poskytovať služby zamerané na uľahčenie získania zamestnania, udržanie zamestnania alebo uľahčenie získania zamestnania z radov občanov so zdravotným znevýhodnením a dlhodobo nezamestnaných občanov aj formou Agentúry podporovaného zamestnávania. Príspevok na tento druh verejnoprospešnej činnosti môže vykonávať po uzavretí písomnej dohody s príslušným Úradom práce, sociálnych vecí a rodiny.

### **Informačné, vzdelávacie, výskumné a iné služby**

Verejná správa niekedy vyhlasuje súťaž na realizáciu projektov na konkrétny účel, napríklad informačný, mobilizačný, výskumno-analytický. MNO sa do tejto súťaže môže zapojiť.

Mimovládne neziskové organizácie, ktoré poskytujú služby, môžu potrebovať aj certifikáty či akreditácie, pokiaľ si to vykonávanie takýchto služieb vyžaduje.

#### A. Domáce verejné zdroje

### 3. Asignácia podielu dane z príjmov právnických a fyzických osôb







**Nepriama forma podpory MNO zo strany štátu je možnosť poskytnúť 2 – 3 % podielu dane z príjmov od fyzických osôb a 1 – 2 % od právnických osôb.**

Od roku 2001 môžu takýmto spôsobom tretí sektor podporiť jednotlivci a od roku 2003 aj podnikateľské subjekty, ktoré platia dane.

**Dane asigované od jednotlivca**

Asignovať 2 % alebo 3 % môže každý jednotlivec, ktorý platí dane – či už ako zamestnanec, osoba, ktorá si sama podáva daňové priznanie, alebo SZČO.

Štandardná výška asigovanej sumy pre jednotlivca predstavuje 2 % podielu zaplatenej dane. 3 % môže asignovať len jednotlivec, ktorý v danom roku dobrovoľnícky odpracoval minimálne 40 hodín. O odpracovaní dobrovoľníckych hodín musí mať potvrdenie od mimovládnej organizácie, ktorá ho vysiela, aby vykonal nejakú aktivitu v prospech niekoho iného. Potvrdenie môže byť vystavené aj od mimovládnej organizácie, v prospech ktorej dobrovoľník vykonával verejnoprospešné aktivity.

**Dane asigované od obchodnej spoločnosti**

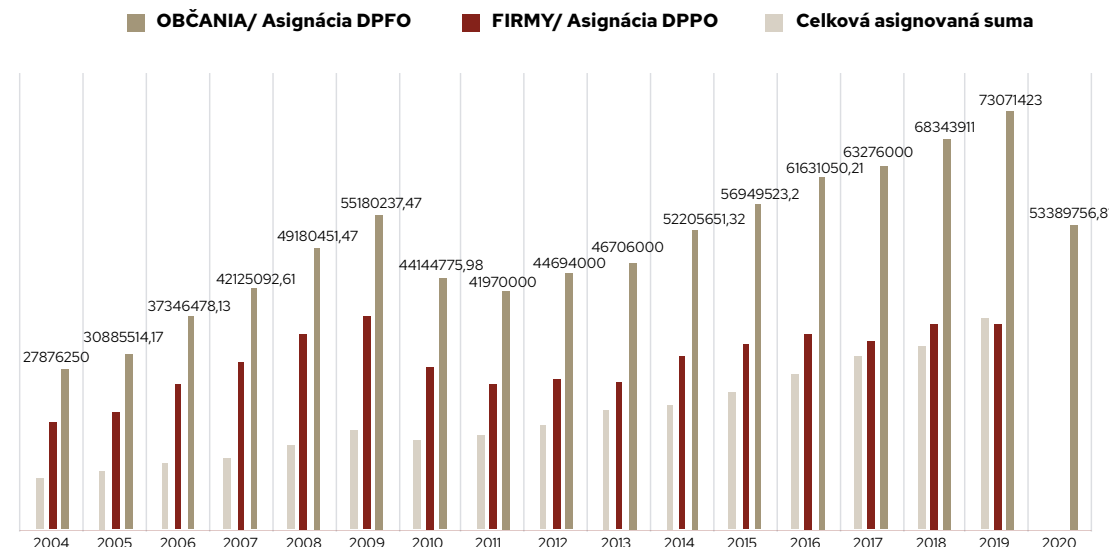
1 % asiguje firma v prípade, že do termínu na podanie daňového priznania a zaplatenie dane v danom roku (zvyčajne do 31.3.) nedarovala financie vo výške minimálne 0,5 % z dane na verejnoprospešný účel.

2 % môže firma asignovať vtedy, ak do termínu na podanie daňového priznania a zaplatenie dane v danom roku (zvyčajne do 31.3.) darovala financie vo výške minimálne 0,5 % z dane na verejnoprospešný účel. Darovať môže akejkol'vek MNO.

**Dáta a analýzy**

Vývoj a rôzne analýzy k asignácii dane nájdete na [webovej stránke](#) Ministerstva financií SR. Publikuje ich Inštitút finančnej politiky, ktorý je analytickým útvarom ministerstva.

**Vývoj objemu asigovaných prostriedkov**



Historicky najvyššia asigovaná suma bola v roku 2019, keď bola 15 483 mimovládnych organizáciám asigovaná suma 73 071 422,53 €.

Trend z posledných rokov ukazuje, že prvých 20 najúspešnejších organizácií (ktoré predstavujú okolo 0,15 % z celkového počtu uchádzajúcich sa organizácií) získava štvrtinu (25 %) z celkového objemu asigovaných financií. Až 40 % z celkovej sumy zo všetkých asigovaných finančných prostriedkov získavajú organizácie so sídlom v Bratislave. Pri vyhodnocovaní tohto faktu treba vziať do úvahy, že mnohé podporené organizácie so sídlom v Bratislave majú celoslovenskú pôsobnosť. Priemerná výška prijatej asignácie pre jednu organizáciu je v priemere okolo 3 300 €.

**Ako to funguje?**

Na to, aby mohla MNO prijímať asigované 2 % od fyzických aj právnických osôb, musí byť registrovaná 2 roky. Prvý rok sa jej ráta už v roku, keď bola registrovaná, a to aj v prípade, že by bola zaregistrovaná napríklad 31.12. Druhý rok musí štatutárny zástupca v období 1.9. – 15.12. navštíviť notára, ktorý musí MNO registrovať do zoznamu prijímateľov.

Ďalší kalendárny rok môže MNO prijímať asignáciu, ktorá na bankový účet v štandardnom režime prichádza v mesiacoch jún – september. Štandardný režim znamená, že v marci sú fyzickými osobami (SZČO) a obchodnými spoločnosťami zaplatené dane a daňový úrad má 90 dní, aby ich poslal na registrovaný bankový účet MNO.

**Prichádzajúca platba je anonymizovaná**, teda nie je možné zistiť, kto MNO peniaze poslal. Od roku 2016 môže osoba zaškrnúť v tlačive súhlas so zaslaním údajov o asignácii a tak MNO informovať, kto jej asignoval finančné prostriedky. Túto informáciu posiela Daňový úrad štatutárovi MNO v januári nasledujúceho roka. Ide o informáciu o mene a priezvisku, resp. názve obchodnej spoločnosti a adrese. Výška asignovanej sumy nie je zverejnená a tak krížová kontrola nie je možná. Dôvodom anonymizácie je, že ak by MNO poznala výšku 2 % asignácie a meno konkrétneho človeka, mohla by si vypočítať výšku dane, ktorú zaplatil a aj výšku jeho mzdy – to sú však osobné údaje, ktorých zverejňovanie GDPR nepovoľuje.

#### **Povinnosti MNO ako prijímateľa asignácie**

Všetky povinnosti nájdete v Zákone č. 595/2003 o dani z príjmov, v § 50 – časť [Použitie podielu zaplatenej dane na osobitné účely](#).

Je potrebné dať si pozor najmä na tieto podmienky:

- a) Takto získané financie musí MNO **použiť do 31.12.** nasledujúceho roka. Štandardne má na realizáciu aktivít financovaných z tohto zdroja 16 – 18 mesiacov.
- b) **Verejnoprospešné účely** a aktivity, na ktoré môže MNO financie použiť, sú presne definované:
  - a) ochrana a podpora zdravia (prevencia, liečba, resocializácia drogovo závislých v oblasti zdravotníctva a sociálnych služieb),
  - b) podpora a rozvoj športu,
  - c) poskytovanie sociálnej pomoci,
  - d) zachovanie kultúrnych hodnôt,
  - e) podpora vzdelávania,
  - f) ochrana ľudských práv,
  - g) ochrana a tvorba životného prostredia,
  - h) veda a výskum,
  - i) organizovanie a sprostredkovanie dobrovoľníckej činnosti.

Je veľmi dôležité, aby ste na tieto účely boli ako MNO **registrovaní aj vo vašich zakladajúcich dokumentoch** (stanovy, nadačná listina...). Ak máte vo vašich stanovách ako predmet činnosti uvedené napr. vzdelávanie, podporu vzdelávania a podporu športu, nemôžete reportovať využitie asignovaných financií napr. v ochrane ľudských práv.

c) Ďalšou povinnosťou MNO, ktorá získala asignačným mechanizmom viac ako 3 319,39 eur, je **zverejniť v Obchodnom vestníku, ako boli tieto peniaze použité**.

Na základe zákona č. 200/2011 Z. z. o Obchodnom vestníku sa údaje na zverejnenie do Obchodného vestníka doručujú iba prostredníctvom elektronických formulárov zverejnených na [portáli](#) Ministerstva spravodlivosti Slovenskej republiky.

**K 31.5. musí Obchodný vestník zverejniť informáciu o použití financií. Upozorňujeme, že to neznamená zaslať správu do Obchodného vestníka 31.5. – v tento termín to musí byť zverejnené na webe.**

Keďže proces zverejnenia trvá min. 10 pracovných dní, odporúčame nenechávať si to na poslednú chvíľu. Prvýkrát sa musíte do systému aj registrovať, následne každý rok znova zaplatiť správny poplatok. Redakcia Obchodného vestníka zverejní špecifikáciu použitia podielu do 5 pracovných dní odo dňa, keď obdrží informáciu o zaplatení správneho poplatku, tzn. o pripísaní sumy správneho poplatku na účet vydavateľa.

Ak si MNO túto povinnosť nesplní, Komora notárov SR ju nezaradí ako prijímateľa do zoznamu prijímateľov na obdobie jedného roka, počnúc rokom, v ktorom došlo k nesplneniu povinnosti. To znamená, že MNO bude mať jeden rok zákaz prijímať asignáciu.

Všetky aktuálne informácie k tejto téme nájdete na [www.rozhodni.sk](http://www.rozhodni.sk).

# 4. Oslobodenie od daní a ciel



Ide o nepriamu podporu zo strany štátu, keď sa štát vzdáva časti príjmov, ktoré by získal na daniach alebo cle. Ak MNO vykonáva len vlastnú činnosť, neplatí dane.

Ak MNO začala vykonávať činnosť alebo poberať príjmy podliehajúce dani, má voči správcovi dane oznamovaciu povinnosť. Daňový režim MNO je upravený viacerými zákonmi, ktoré priamo špecifikujú ich daňové povinnosti.

Súčasná právna úprava colného zákona je kompatibilná so súčasnou platnou právnou úpravou v krajinách EÚ.

**Vzťahy colných orgánov k MNO, ako aj d'alším subjektom, sú vymedzené informáciami colných orgánov o colných predpisoch.**

# 5. Charitatívna reklama

Zaujímavým spôsobom podpory mimovládnych organizácií je inštitút charitatívnej reklamy, v rámci ktorého je príjem z reklamy oslobodený od dane. Ide o daňovo zvýhodnenú formu podpory.

Od 1.1.2018 môže fyzická alebo právnická osoba s príjmami z podnikania podľa Zákona o dani z príjmov č. 595/2003, § 13 ods. 1 písm. g) na základe zmluvy o charitatívnej reklame poskytnúť finančné prostriedky MNO. Prostriedky z charitatívnej reklamy do výšky 20 000 € za rok sú oslobodené od dane z príjmov. Pre poskytovateľa, teda obchodnú spoločnosť či podnikateľa, predstavujú tieto prostriedky oprávnený daňový výdavok, ktorý si po uhradení môžu uplatniť v plnej výške vo svojich nákladoch.

Mimovládna organizácia si môže príjmy z charitatívnej reklamy zaradiť do nezdaniteľných príjmov.

Napriek výhodám, ktoré sa s charitatívnou reklamou spájajú, ju zatiaľ využíva len málo organizácií a väčšina túto možnosť ani nepozná.

# 1. Fondy a programy Európskej únie – eurofondy



Po vstupe Slovenska do Európskej únie získali slovenské mimovládne organizácie, firmy, štátna a verejná správa príležitosť uchádzať sa nielen o štrukturálne fondy, ale aj o rôzne projekty Európskej únie v rámci tendrov k vonkajšej pomoci EÚ. Aktuálne prebieha eurofondové programové obdobie 2021 – 2027.

V Centre pre filantropiu sa tejto oblasti nevenujeme, preto o nej píšeme minimálne. Na trhu existujú viaceré podnikateľské, poradensko-konzultačné spoločnosti, ktoré vám poradia, prípadne vypracujú projekt v oblasti eurofondov.

Aktuálne operačné programy nájdete na [www.partnerskadohoda.gov.sk](http://www.partnerskadohoda.gov.sk). Európska únia zverejnila legislatívny balík k fondom politiky súdržnosti EÚ na programové obdobie 2021 – 2027. Názvy operačných programov:

- Ľudské zdroje
- Integrovaná infraštruktúra
- Kvalita životného prostredia
- Integrovaný regionálny OP (RROP)
- OP Efektívna verejná správa
- OP Technická pomoc
- Intereg V-A-SK-CZ
- Intereg V-A-SK-AT
- PS Interact III

Tieto odkazy vám môžu pomôcť zorientovať sa v eurofondoch:

[Spríevodca európskych dotácií](#)

[Spravodajský portál o dianí v Európskej únii a európskom dianí na Slovensku](#)

[Spríevodca európskych dotácií v oblasti zamestnanosti, regionálneho rozvoja a spoločenskej súdržnosti](#)

[Partnerská dohoda definuje stratégiu a priority pre efektívne a účinné investície na najbližších 10 rokov](#)

[Implementačná agentúra Ministerstva práce, sociálnych vecí a rodiny Slovenskej republiky](#)

Zaujímavou novinkou je [CB ESPRI Impact One](#). Ide o **fond na podporu rastu mimovládnych organizácií s pozitívnym sociálnym vplyvom**. Fond neposkytuje granty, ale návratné investície.

Výhodou pre MNO je, že fond im dokáže pomôcť aj v situáciách, keď je bankové financovanie nedostupné a za výhodnejších podmienok ako na komerčnom trhu. Fond je spolufinancovaný Slovak Investment Holding, dcérskou spoločnosťou Ministerstva financií SR, z operačného programu Ľudské zdroje, z prostriedkov Európskej únie a zo zdrojov Európskeho sociálneho fondu. Fond je však spravovaný súkromne a rozhoduje o investíciách autonómne od štátu.

# 2. Finančné mechanizmy Európskeho hospodárskeho priestoru

[www.eeagrants.sk](http://www.eeagrants.sk)

**Finančný mechanizmus Európskeho hospodárskeho priestoru a Nórsky finančný mechanizmus** predstavujú príspevky prispievateľských krajín, t.j. Nórska, Islandu a Lichtenštajnska viacerým členským štátom EÚ. Nórsko, Island a Lichtenštajnsko ako nečlenské štáty EÚ poskytujú od roku 1994 prostredníctvom Grantov EHP a Nórska finančné príspevky tým krajinám EÚ, ktorých hrubý domáci produkt na obyvateľa je nižší ako 90 % priemer EÚ. V programovom období 2014 – 2021 išlo o 15 krajín, jednou z nich bolo aj Slovensko.

Podpora pre Slovensko mala nasledovnú štruktúru:

- Program Active Citizens Fund Slovakia v objeme 9,750 mil. €. Správcom programu bolo konzorcium troch nadácií: Nadácia Ekopolis, Nadácia otvorenej spoločnosti a Karpatská nadácia. O tento programový balík sa mohli uchádzať výlučne mimovládne neziskové organizácie. Podporených bolo 188 projektov v objeme 8 597 130 €, v troch výzvach vyhlásených v rokoch 2018, 2019, 2021. Názov programu Active Citizens Fund bol rovnaký pre všetkých 15 krajín.

- Programy spravované štátom, Ministerstvom investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR (MIRRI) v objeme 102,92 mil. €. Viac o podpore nájdete tu: [www.eeagrants.org/countries/slovakia](http://www.eeagrants.org/countries/slovakia)

Išlo v poradí o tretie obdobie Finančného mechanizmu EHP a Nórskeho finančného mechanizmu implementované v Slovenskej republike.

Informácie o Grantoch EHP a Nórska sú dostupné na: [www.eeagrants.org](http://www.eeagrants.org). Informácie o podpore z programu Active Citizens Fund Slovakia nájdete tu: [www.acfslovakia.sk](http://www.acfslovakia.sk). Informácie o programoch, ktoré spravuje MIRRI, nájdete tu: [www.eeagrants.sk](http://www.eeagrants.sk).

# 3. Štátne zahraničné zdroje

O tomto type finančnej podpory budeme písať len okrajovo, pretože ide o financovanie, ktoré je vhodné pre väčšie mimovládne neziskové organizácie. Zahraničné grantové nadácie majú rôzne požiadavky, napríklad na kofinancovanie projektov, často aj vo výške 10 – 30 % z podporeného rozpočtu. Potrebná je dobrá jazyková vybavenosť na komunikáciu s nadáciou na strane vedenia organizácie, ale aj finančného manažmentu či účtovníctva. Často očakávajú vypracovanie nielen obsahových správ o podporených aktivitách, ale aj dopadových štúdií a formulácie teórie zmeny, na základe ktorej sa dá predpokladať dosiahnutie výsledkov.

Ak máte záujem zorientovať sa v téme európskej filantropie, odporúčame pozrieť sa na webovú stránku [Európskej asociácie filantropie Philea](#), ktorá rozvíja rozmanitý a inkluzívny ekosystém nadácií, filantropických organizácií a sietí darcovských organizácií v Európe. Členovia asociácie sídlia v krajinách Európy, ale aj mimo nej (no ich aktivity sú zamerané na Európu). Keďže asociácia združuje aj zahraničné grantové nadácie, odporúčame [pozrieť si aktivity jej 272 členov](#). Možno medzi nimi nájdete svojho budúceho donora.

Súčasťou Európskej filantropickej infraštruktúry je [Network of European Foundation](#). Jednou z hlavných zásad tejto siete je, že „európska solidarita prostredníctvom filantropie prispieva k sociálnej súdržnosti a demokracii v celej Európe“. Členmi tejto siete sú tiež niektoré grantové nadácie, ktoré podporujú aj verejnoprospešné aktivity na Slovensku.

Viacere zahraničné nadácie dlhodobo podporujú verejnoprospešné projekty na Slovensku.

Príkladom takejto nadácie je [Nadácia VELUX](#), ktorá poskytuje finančnú podporu verejnoprospešným projektom realizovaným v strednej a východnej Európe.

[Nadácia Mott](#) financuje granty v Spojených štátoch a aj na medzinárodnej úrovni. Je otvorená novým nápadom a projektom v oblasti občianskej spoločnosti a životného prostredia.

Ďalšou zaujímavou organizáciou je [Porticus](#), ktorá poskytuje finančnú podporu na základe vlastného monitorovania a hodnotenia činnosti organizácií. V témach vzdelávania, spoločnosti, viery a klímy sama oslovuje mimovládne organizácie, ktorým umožní predložiť žiadosť o podporu. Partnerstvá nadväzuje so zameraním na dlhodobú spoluprácu.

V minulosti finančne podporovala aktivity mimovládnych organizácií [Svetová banka](#) v Programe malých grantov. Posledný podporený projekt bol v roku 2016. Svetová banka je multidisciplinárna inštitúcia, ktorá sa usiluje o vytváranie prierezových riešení zložitejších rozvojových výziev krajín. V Európskej únii majú operačné partnerstvo s niekoľkými členskými štátmi EÚ a s Európskou komisiou.

# Záver

Filantropia podporuje aktivity v oblastiach, z ktorých profitujeme všetci. Podporuje aktivity vo vzdelávaní, zdraví, v oblasti životného prostredia, ľudských práv, kultúry, vedy, telesnej kultúry. Filantropia je súčasťou občianskej spoločnosti a filantropická podpora, či už finančná, alebo iná, ponúka organizáciám občianskej spoločnosti nezávislosť a slobodu. Táto flexibilita umožňuje mimovládny organizáciám prijímať nezávislé rozhodnutia a prinášať pozitívne zmeny jedinečným spôsobom.

Ekonomický prínos darčovstva nie je zanedbateľný. Filantropia je celosvetovo aj na Slovensku na vzostupe a rastie rýchlejšie ako ekonomika. Do veľkej miery za to môžu krízové situácie, ktorým svet v posledných rokoch čelí – vojna na Ukrajine, globálna pandémia či prírodné katastrofy. Takéto udalosti pôsobia ako akcelerátor darčovstva i solidarity. Zároveň si ľudia čoraz viac zvykajú darovať najmä v online prostredí.

Očakávame, že darčovstvo bude mať stúpajúci trend aj v roku 2023, a veríme, že k tomu dopomôžeme aj my v Centre pre filantropiu. Už 20 rokov aktívne prispievame k rozvoju a kultivácii darčovstva na Slovensku. Svojimi aktivitami chceme dosiahnuť, aby sa táto činnosť stala bežnou súčasťou života jednotlivcov aj firiem.



Pri príprave príručky boli použité tieto zdroje, v ktorých nájdete aj podrobnejšie informácie:

- Boris Strečanský, Mária Murray Svidroňová a Milan Andrejkovič: **Ekonomická analýza neziskového sektora ako socioekonomického aktéra**, In: Občianska spoločnosť na Slovensku: **Krízy, križovatky, výzvy, Inštitút pre verejné otázky**, 2017
- Alžbeta Brozmanová Gregorová a kolektív: **Tretí sektor a mimovládne organizácie**, 2009
- Boris Strečanský, Martin Bútor, Katarína Vajdová, Zuzana Szatmáry, Zora Bútorová, Martina Kubánová, Helena Woleková: **Mimovládne neziskové organizácie a dobrovoľníctvo**, IVO 2006
- Ministerstvo vnútra SR/Úrad splnomocnenca vlády SR pre rozvoj občianskej spoločnosti: **Analýza socioekonomického prínosu neziskového sektora a stavu a trendov rozvoja občianskej spoločnosti**, 2020
- Terézia Horská : **Analýza financovania mimovládnych neziskových organizácií**, 2004
- Kolektív autorov: **Čítanka pre neziskové organizácie**, PDCS 2000
- Kolektív autorov: **Čítanka pre pokročilé neziskové organizácie**, PDCS 2002
- Majdúchová a kolektív: **Neziskové organizácie**, 2004
- Webové stránky organizácií spomínané v texte príručky





[www.cpf.sk](http://www.cpf.sk)

