

1. Analiza społecznych skutków wprowadzenia zmian w ustawie o podatku dochodowym od osób fizycznych z dnia 26 lipca 1991 r. (t.j. Dz.U. z 2018 r. poz. 1509)

Wprowadzenie zmian w proponowanym kształcie może przynieść wiele konsekwencji społecznych, głównie tych o charakterze pozytywnym. Podstawowym założeniem niniejszej analizy jest przyjęcie, że podatnicy masowo dowiedzą się o proponowanym mechanizmie i – po dokonaniu wewnętrznych rozważań – zaczną go stosować, lub nie. Proponowany mechanizm zakłada, że podatnik wspierając daną organizację społeczną kwotą darowizny może otrzymać połowę tej kwoty powrotnie jako odliczenie podatku (maksymalnie do limitu kwoty minimalnego wynagrodzenia w danym roku podatkowym). A zatem – biorąc pod uwagę czysto egoistyczną perspektywę – połowa kwoty, którą przeznaczy na wspieranie NGO zostanie „odzyskana”, a połowa zostanie „utracona”. Zatem podatnik – podejmując decyzję o skorzystaniu z mechanizmu – musi liczyć się z faktem, że jego bilans czysto finansowy będzie ujemny, a wróci do niego maksymalnie połowa kwoty przeznaczonej na darowiznę. Jest to istotne ze względu na brak możliwości przechwycenia tego mechanizmu przez osoby/podmioty chcące wykorzystać go w celu niezgodnym z przeznaczeniem.

1.1 Pożądane skutki wprowadzenia zmian²:

1. Po wprowadzeniu proponowanych zmian część obywateli postanowi przekazywać darowizny na cele społeczne, zachęcona możliwością odzyskania połowy kwoty darowizny³. Trudno oszacować jak duża grupa osób z tego skorzysta, jednak można założyć, że będzie to początkowo dotyczyć głównie osób wrażliwych na potrzeby społeczeństwa obywatelskiego i świadomych jego potrzeb i deficytów. Innymi słowy te osoby, które do tej pory już w jakiś sposób były związane/wspierały/interesowały się działaniami organizacji pozarządowych – skorzystają z tego mechanizmu.
2. Podmioty pozarządowe, które osiągnęły pewien poziom profesjonalizacji swoich działań w sferze komunikacyjnej, będą w stanie istotnie włączyć informowanie o mechanizmie do swoich działań promocyjnych i PR-owych. Można przypuszczać, że w perspektywie średnioterminowej wiele podmiotów mniej sprofesjonalizowanych zacznie naśladować te zachowania (jak było w przypadku kampanii 1%-owych). W związku z powyższym wiedza i świadomość społeczna nt. tego mechanizmu będzie rosła w społeczeństwie.
3. Część społeczeństwa, która nie była do tej pory zainteresowana wspieraniem organizacji pozarządowych (poza odpisaniem 1%) powoli może zacząć się interesować tym mechanizmem i zacząć rozważać przekazywanie darowizn konkretnym NGO-som z własnej inicjatywy (a nie poprzez przymus wywołany presją społeczną podczas rozliczania PIT raz do roku).
4. Założenie mechanizmu jest takie, że organizacje pozarządowe regularnie wspierane darowiznami – przy użyciu proponowanego mechanizmu – zaczną działać na dużą skalę i pokazywać dobre konsekwencje bycia wspieranym, co spowoduje zwiększone zainteresowanie innych obywateli wspieraniem organizacji pozarządowych, z którymi się utożsamiają.
5. Po wielu latach funkcjonowania rzeczonych przepisów odrodzi się w Polsce realna kultura filantropii i pojawia się coraz więcej aktywnych, świadomych obywateli, którzy rozumieją wagę wspierania inicjatyw społecznych, niezależnie od ich egoistycznych zysków.

² Następujące po sobie punkty mają charakter chronologiczny – kolejne zjawiska są możliwe po zaistnieniu poprzednich; nie są one samoistne i niezależne od siebie.

³ Do limitu kwoty minimalnego wynagrodzenia w danym roku.