



Srbija
daruje



2018

IZVEŠTAJ O DOBROČINSTVU



Catalyst Balkans

Takovska 38, Beograd, Srbija

Priredili

Tomas Bueno Momčilović
Jelena Bekčić

Prikupljanje podataka

Goran Bekić
Zorana Brozović

Urednica

Aleksandra Vesić

Lektura i korektura

Jelena Budimirović

Beograd, 2019.

Istraživanje Srbija daruje 2018 – godišnji izveštaj o dobročinstvu je deo Projekta za unapređenje okvira za davanje koji finansira USAID, a sprovodi Koalicija za dobročinstvo, predvođena Fondacijom Ana i Vlade Divac. Ostali članovi Koalicije su Trag fondacija, Catalyst Balkans, Smart kolektiv, Srpski filantropski forum, Forum za odgovorno poslovanje i Privredna komora Srbije. Istraživanje je sproveo Catalyst Balkans u partnerstvu sa Trag fondacijom, i uz dodatnu podršku Čarls Stjuart Mot fondacije.

Sadržaj

Uvodna reč	4
Metodologija	6
Za lakše razumevanje izveštaja	6
Rezime	8
1 Pregled ključnih pokazatelja davanja za opšte dobro u Srbiji	13
1.1 Nivo aktivnosti dobrotvornog davanja u Srbiji	14
1.2 Geografska distribucija	15
1.3 Darodavci	17
1.3.1 Darovane sume	17
1.3.2 Učešće različitih tipova darodavaca	17
1.3.3 Profili najčešćih darodavaca	19
1.4 Za šta se daruje u Srbiji?	25
1.4.1 Koje teme su važne građanima Srbije?	25
1.4.2 Upotreba donacija	27
1.5 Koga podržavaju građani Srbije?	29
1.5.1 Kome građani veruju?	29
1.5.2 Kome donacije koriste?	32
1.6 Kako se daruje u Srbiji?	35
1.6.1 Šta se daruje?	35
1.6.2 Način davanja	37
1.6.3 Medijska pokrivenost	40
2 Prilozi	44
2.1 Metodologija	45
2.1.1 Faktori i pokazatelji koji ukazuju na stepen razvijenosti filantropije	46
2.2. Promene u pravno-fiskalnom okviru	48

Uvodna reč

Dragi čitaocze / Draga čitateljko,

Catalyst Balkans šestu godinu zaredom objavljuje izveštaj o stanju dobročinstva u Srbiji, ponovo u partnerstvu sa Trag fondacijom, ali po prvi put kao deo Koalicije za dobročinstvo. Podatke koje prikupljamo od 2013. godine, a koji su do sada pomogli mnogim kompanijama, neprofitnim organizacijama i pojedincima da bolje usmere svoje projekte od opšteg dobra, sada treba da pomognu strateški razvoj filantropije i unapređenje zakonodavnog okvira za davanje.

Sve podatke na osnovu kojih je rađeno ovo istraživanje možete pronaći na srbijadaruje.org.

Šta nam govore ovi podaci? Nakon velikog rasta dobrotvornih davanja u Srbiji u 2017. godini od 27 odsto, u 2018. godini vidimo stagnaciju i gotovo preslikano stanje iz 2017. Ipak, ako pogledamo iza tih podataka, videćemo da je 2018. godina bila prekretnica u filantropiji, a rezultate ćemo videti tek u narednim godinama.

Uprkos manjem padu broja dobrotvornih akcija, procenjena darovana suma u 2018. godini je ostala na istom nivou iz 2017, i iznosi ukupno 27,3 miliona evra (rast od 0,7%). Najzastupljenije oblasti za koje se donira su i dalje zdravstvo, podrška marginalizovanim grupama, obrazovanje i smanjenje siromaštva. Građani su i dalje najaktivniji donatori kroz različite akcije masovnih davanja, ali u 2018. godini građani su prvi put otkako Catalyst Balkans prati dobročinstvo donirali više novca nego kompanije.

Važan i dobar trend vredan pomena je rast transparentnosti podataka, koja je skočila sa 36,9% iz 2017. na 46,1%. To znači da mediji sve češće transparentno objavljuju darovane sume, čime se gradi i učvršćuje poverenje između javnosti, donatora i primalaca.

I u 2018. godini je nastavljen trend rasta donacija za neprofitne organizacije (54,3% od ukupno doniranog iznosa). Međutim, važno je napomenuti da je to rezultat rada određenog broja najpoznatijih udruženja i fondacija, koje se iz godine u godinu pojavljuju kao najuspšeniji fandrejzeri, koji su opravdali poverenje darodavaca. Takođe, vrlo često su neprofitne organizacije samo u ulozi posrednika, pa je u stvari država krajnji primalac donacije (kao na pr, kada NURDOR izgradi odeljenje dečje bolnice u Nišu). Sa druge strane, postoje oblasti u kojima su neprofitne organizacije jedine koje pružaju podršku korisnicima (palijativna nega, deca koja žive i rade na ulici, migranti).

Iako su brojevi gotovo nepromenjeni u odnosu na 2017. godinu, u 2018. je u Srbiji napravljeno nekoliko značajnih koraka za unapređenje filantropske infrastrukture. Uz podršku USAID-a, Koalicija za dobročinstvo (koju predvodi Fondacija Ana i Vlade Divac, a pored Catalyst Balkans i Trag fondacije čine i Smart kolektiv, Srpski filantropski forum, Forum za odgovorno poslovanje i Privredna komora Srbije) pokrenula je Projekat za unapređenje okvira za davanje. Ciljevi projekta su:

- jačanje filantropske infrastrukture koja može da doprinese održivom rastu filantropskih davanja i razvoju međusektorskih partnerstava,
- unapređivanje pravnog okvira za razvoj podsticajnog i transparentnog davanja od strane pojedinaca i kompanija,
- promocija dobročinstva, kulture davanja i transparentnosti među građanima i građankama Republike Srbije, kompanijama, dijasporom i neprofitnim organizacijama.

Na inicijativu Koalicije je formiran Savet za filantropiju pri kabinetu predsednice Vlade Republike Srbije, kroz koji ćemo zajedno sa partnerima predložiti izmenu zakona koji treba da olakšaju i unaprede doniranje novca i robe u Srbiji, kao i volontiranje.

Pored toga Catalyt Balkans je lansirao platformu Donacije.rs za finansiranje neprofitnih organizacija putem online donacija zajednice, a Fondacija Ana i Vlade Divac je najavila uvođenje filantropskih loyalty kartica (kartice koje vam omogućavaju popuste u trgovinama, a deo profita se ulaže u lokalnu zajednicu).

Rezultate rada Koalicije i Saveta ćemo videti tek u predstojećim godinama. Zahvaljujemo se partnerima iz Koalicije, kao i našim donatorima – USAID-u i Čarls Stjuart Mot fondaciji na njihovoj podršci. Na kraju, posebnu zahvalnost dugujemo svim pojedincima koji donirajući žele da naprave pozitivne promene u našem društvu, kao i svim društveno odgovornim kompanijama i neprofitnim organizacijama koje su podelile svoje podatke sa nama, verujući da time stvaramo otvorenu filantropsku zajednicu koja će imati moć da pruži urgentnu pomoć ugroženima, ali i ponudi dugoročna i održiva rešenja za društvene probleme sa kojima se susrećemo u 21. veku.

Hvala vam,
Catalyst Balkans i Trag fondacija

Metodologija

Nekoliko reči o metodologiji. Ovaj izveštaj je pripremljen uz pomoć baze podataka *Srbija daruje* (deo baze *Giving Balkans*). Ova baza ostaje najpouzdaniji izvor podataka o dobrotvornim davanjima u Srbiji i regionu. Zbog nepostojanja zvaničnih podataka¹, Katalist koristi alternativne načine prikupljanja podataka, pre svega medijske izveštaje, a zatim i ostale dostupne izvore podataka². Tako prikupljeni podaci se zatim obrađuju u bazi *Giving Balkans*. Ova metodologija³ ima određena ograničenja, među kojima je najvažnije to što mediji ne beleže sve donacije date u dobrotvorne svrhe. Ipak, smatramo da istraživanje daje dovoljno pouzdan uvid u najvažnije aspekte dobrotvornih davanja jer dobijene brojke, iako nisu sveobuhvatne, daju minimum relevantnih pokazatelja, te se ovi podaci mogu koristiti kao pokazatelji stepena razvoja davanja za opšte dobro u našoj zemlji.

Podaci iz ovog izveštaja su prikupljeni praćenjem elektronskih, štampanih i onlajn medija na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou u Srbiji u periodu od 1. januara do 31. decembra 2018. godine. U tom periodu obrađeno je ukupno 8.366 unosa u bazu podataka koji se odnose na dobrotvorna davanja svih tipova darodavaca, od čega su 2.773 jedinstvene akcije. Broj ukupnih unosa se razlikuje od broja jedinstvenih akcija jer različiti mediji donose članke koji se odnose na istu akciju. Takođe, ove godine smo, kao i prošle, dobili značajan broj povratnih informacija direktno od kompanija i/ili neprofitnih organizacija, i na taj način uspeali da upotpunimo podatke iz medija.

Za lakše razumevanje izveštaja

Kako bi se izveštaj lakše pratio, ovde dajemo kratka objašnjenja nekih od pojmova koji se u njemu koriste.

Akcija	Jedinstveni verifikovani događaj, odnosno primer prikupljanja donacija. Može sadržati više donacija (npr. akcija je kampanja u kojoj građani masovno prikupljaju novac za nečije lečenje).
Darodavci	Osobe i/ili pravna lica koji daruju novac, vreme, usluge, robu. Radi lakšeg praćenja trendova podeljeni su na tipove darodavaca.
Darodavci masovna davanja	Darodavci su građani u velikom broju i nije ih moguće identifikovati po imenu.
Darodavci mešoviti	Slučajevi u kojima nije moguće razdvojiti darodavce, odnosno slučajevi u kojima je u akciju uključeno više tipova darodavaca.





1 Iako bi eventualni pouzdaniji izvor podataka bila Poreska uprava (jer u Srbiji postoje određene poreske olakšice za pravna lica), iz više razloga nije moguće dobiti podatke koji se odnose na davanja poslovnog sektora. Po Zakonu o porezu na dobit pravnih lica Republike Srbije (član 15), poreske olakšice u Srbiji se zapravo dobijaju tako što se davanja za namene predviđene zakonom priznaju kao rashod u iznosu od najviše 5% od ukupnog prihoda. Pošto se date sume odbijaju kao rashod, a pravna lica Poreskoj upravi dostavljaju bilans uspeha, a ne poreski bilans, iz formulara kojima u ovom trenutku Poreska uprava raspolaže nije uopšte moguće dobiti podatke o davanjima pravnih lica u dobrotvorne svrhe.

2 Izveštaji organizacija koje su primile donacije i izveštaji kompanija o davanju.

3 Detaljne informacije o metodologiji date su u sekciji 2.1.

Darodavci pojedinci	Građani koje je moguće identifikovati.
Darodavci poslovni sektor	Kompanije (više od 50 zaposlenih), korporativne fondacije i mala i srednja preduzeća (manje od 50 zaposlenih).
Darodavci privatne fondacije	Fondacije koje su osnovali privatna lica / građani ili kombinacije privatnih i pravnih lica.
Donacija	Jedinstveno davanje bez nadoknade određene količine novca, robe, usluge ili vremena.
Ekstrapolacija	Statistički metod kojim se na osnovu procenta poznatih podataka obračunavaju podaci koji bi važili ukoliko bi bilo poznato 100% podataka. Ekstrapolacijom se dobijaju verovatne, a ne apsolutne vrednosti.
Filantropija	Davanje za opšte dobro, odnosno dobrovoljno davanje novca, robe, vremena, usluga kako bi se pomoglo nekome ili kako bi se unapredilo stanje u društvu.
Krajnji korisnici	Ciljne grupe kojima donacija koristi. Ukoliko je npr. primalac donacije škola, krajnji korisnici su uvek deca koja tu školu pohađaju.
Oblasti davanja	Teme, odnosno svrhe za koje se daje (poput zdravstva, obrazovanja i sl.).
Populacija	Reč <i>populacija</i> se upotrebljava da bi obuhvatila decu, mlade i odrasle iz određenih korisničkih grupa.
Primaoci donacija	Privatna i/ili pravna lica kojima darodavac upućuje donaciju. Najčešće se ta donacija usmerava dalje.
Poslovni sektor	U poslovni sektor ubrajamo kompanije (preko 50 zaposlenih), korporativne fondacije i mala i srednja preduzeća (ispod 50 zaposlenih).
Upotreba donacija	Ukazuje na način na koji je donacija upotrebljena (npr. za kapitalnu investiciju, kupovinu opreme, pružanje usluga, materijal i potrošnu robu i sl.).

Legenda

-  povećanje u odnosu na prethodnu godinu
-  smanjenje u odnosu na prethodnu godinu
-  nema promene u odnosu na prethodnu godinu
-  promena u odnosu na prethodnu godinu je 1% ili manja, te u tom smislu statistički zanemarljiva

Rezime

Opšte informacije

Dostupni podaci ukazuju da u 2018. godini nije došlo do značajnijih promena kada je u pitanju nivo davanja: procenjena suma je oko 27,3 miliona evra. Sa druge strane, u 2018. nastavljen je trend smanjenja broja jedinstvenih zabeleženih akcija, sa oko 300 manje akcija u odnosu na 2017. godinu, a približno 500 manje akcija u odnosu na 2016.

Ukupna suma i nivo prosečne donacije su na istom nivou u odnosu na 2017. godinu.

Trend u odnosu na 2017. godinu

procenjena darovana suma	27,3 mil. evra	↻
broj zabeleženih akcija	2.773	↓
prosečna donacija po pojedincu	3,9 evra	↻

Davanje za opšte dobro u 2018. godini

Najaktivniji darodavci

Kao i proteklih godina, građani ostaju najaktivniji darodavci, a u 2018. godini zabeležen je i blagi porast njihovog učešća u odnosu na prethodnu, 2017. godinu. Udeo poslovnog sektora u broju akcija je u odnosu na 2017. godinu blago opao (blizu 4%). Pojedinci su se ove godine nešto više angažovali, dok su akcije u kojima učestvuju različiti tipovi darodavaca u blagom padu.

Najaktivniji darodavci

građani	42,9%	↗
poslovni sektor	29,5%	↓
pojedinci	15,4%	↗
mešoviti darodavci	6,6%	↓

Darovane sume po tipu darodavaca

Ove godine građani su preuzeli najveći procenat darivane sume, dostigavši prvo mesto skokom od 10% u odnosu na zabeleženu sumu. Poslovni sektor i pojedinci ostali su na sličnom nivou darivanja kao i prošle godine, dok su akcije u kojima su učestvovali različiti tipovi darodavaca privukle manji udeo u ukupnoj zabeleženoj darovanoj sumi.

Redosled darodavaca prema poznatoj darovanoj sumi

građani	41,7%	↗
poslovni sektor	39,0%	↔
mešoviti darodavci	10,6%	↘
pojedinci	4,3%	↔

Ključne teme u koje se ulaže

Zdravstvo, podrška marginalizovanim grupama, obrazovanje i smanjenje siromaštva ostaju četiri teme koje su bile najviše podržane ove godine, ali i svih prethodnih godina. U odnosu na promenu broja akcija za podršku ključnim temama, ove godine je nastavljena približno ista zastupljenost svih tema uz mali pad procenta akcija usmerenih na zdravstvo (2,4%).

Najčešće podržavane teme

zdravstvo	32,3%	↘
podrška marginalnim grupama	25,2%	↔
obrazovanje	13,2%	↔
smanjenje siromaštva	10,8%	↔

Upotreba donacija

Najveći procenat akcija u Srbiji ostaje usmeren na jednokratna ulaganja (materijal i potrošna roba, pomoć za lečenje pojedinaca i humanitarna pomoć). Akcije koje imaju potencijalno dugoročni efekat ostale su na nivou iz 2017. godine i čine približno trećinu od ukupnog broja registrovanih akcija. Značajno je pomenuti i činjenicu da su u 2018. godini skoro dve trećine svih donacija poslovnog sektora imale karakter potencijalnog postizanja dugoročnijih efekata.

Upotreba donacija

dugoročna ulaganja	33,2%	↔
jednokratna ulaganja	58,2%	↗

Primaoci donacija

Najčešće podržana kategorija primalaca su pojedinci i porodice, ka kojima je tradicionalno usmeren najveći broj akcija. Po broju akcija ove, kao i prošle godine, institucije su bile druga

najčešće podržana kategorija (iako je došlo do blagog pada), ali su i neprofitne organizacije veoma blizu, sa održanim udelom od oko 26% akcija. Lokalne i nacionalne vlasti ostaju na istoj poziciji.

Prikaz je znatno drugačiji prema procentu darovanog novca. Iako su promene u broju akcija neprimetne, udeo novčane podrške neprofitnim organizacijama je porastao za skoro 7%, dok su institucije primile 4% manje novčane vrednosti nego u 2017. godini. Pojedinci i porodice, na trećem mestu, primili su veću podršku ove godine, dok su poslednje na listi lokalne i nacionalne vlasti, koje su podržane nešto manjim zabeleženim iznosima.

Veća novčana podrška neprofitnim organizacijama predstavlja nastavljen trend iz 2017. godine. I ove, kao i prošle godine, nekoliko organizacija i fondacija nastavilo je sa uspešnim kampanjama u cilju prikupljanja sredstava za različite namene i korisničke grupe. Takođe, kao i prošle godine, u nekim slučajevima je novac namenjen i usmeren ka državnim institucijama i pojedincima.

Najčešće podržavani primaoci donacija

pojedinci/podrođice	40,4%	↗
institucije	27,8%	↘
neprofitne organizacije	26,2%	↔
lokalne/nacionalne vlasti	4,3%	↔

Procenat darovanog novca primaocima prema poznatoj sumi

neprofitne organizacije	54,3%	↗
institucije	27,6%	↘
pojedinci/podrođice	10,8%	↗
lokalne/nacionalne vlasti	5,7%	↘

Država kao primalac

Podrška državi kao primaocu sastoji se iz donacija državnim institucijama i lokalnim i nacionalnim vlastima. U 2018. godini se beleži blagi pad po broju akcija, dok se po darovanom novcu iz prethodnih podataka beleži značajan pad (od više od 9%). Međutim, svakako treba zabeležiti da ovaj podatak nije sasvim indikativan jer je deo novca koji je darovan neprofitnim organizacijama i fondacijama zapravo namenjen državnim institucijama (pre svega zdravstvenim), mada su darodavci birali da taj novac daruju preko neprofitnih aktera.

Država kao primalac

% zabeleženih akcija	32,1%	↘
% darovanog novca prema poznatoj darovanoj sumi	33,4%	↘

Krajnji korisnici

Raspodela broja akcija prema korisničkim grupama u 2018. veoma je slična 2017. godini, sa vrlo malim fluktuacijama u procentima. Podrška populacijama iz lokalnih zajednica je u neznatnom padu, dok pozicije drugih korisničkih grupa stagniraju.

Najduži i najprimetniji efekat stagnacije pojavljuje se kod kategorije ekonomski ugroženih građana, s tim da 13,7% čini neki prosek u odnosu na prethodne dve godine.

Dijapazon drugih podržanih grupa je takođe širok, iako one privlače mnogo manje akcija od navedenih kategorija.

Redosled najčešće podržavanih korisničkih grupa

osobe sa zdravstvenim problemima	22,4%	↻
populacija iz lokalnih zajednica	19,5%	↓
osobe sa invaliditetom	15,1%	↻
ekonomski ugroženi građani	13,7%	↻

Nekoliko karakteristika davanja u Srbiji u 2018. godini

U odnosu na 2017. godinu procenjena darovana suma je ostala na istom nivou, dok je broj akcija umanjen. Uprkos smanjenju broja akcija, ohrabrujuća činjenica da je procenjena suma davanja ostala na istom nivou, a da je verifikovana suma čak i nešto veća, ukazuje na to da se darodavci odlučuju na davanja u većim iznosima.

Aktivnost, kao i darovana suma od strane građana kroz masovne akcije su ove godine porasli. Poslovni sektor ima neznatno manji udeo u broju akcija ove godine, sa istim nivoom doprinosa u darovanoj sumi. Jednak nivo darovane sume zadržali su pojedinačni donatori, koji su u isto vreme bili i aktivniji. U padu su akcije u kojima su se angažovali darodavci različitog tipa (mešoviti darodavci), kao i što je u padu i njihov udeo u procentu zabeležene darovane sume. Imajući u vidu višegodišnji kontinuiran pad njihovog doprinosa, ostaje da se u narednom periodu praćenja utvrdi da li će se ovaj trend nastaviti i koji su konkretni razlozi. Kada je reč o dijaspori, procenti zabeleženih akcija (15,7%) i darovane sume (10,5%) u 2018. godini viši su u odnosu na prošlu godinu. Nivo aktivnosti dijaspore, kao i njen udeo u darovanoj sumi, fluktuiraju kroz rast i pad procenata iz godine u godinu, zbog čega je teško identifikovati bilo kakav trend.

Neprofitni sektor jača iz godine u godinu, pokazujući bitan porast u udelu darovanog novca, iako je procenat akcija koji je usmeren ka ovim primaocima ostao na približno istom nivou. Premda je skok u zabeleženoj sumi, kao i 2017. godine, rezultat rada određenog broja najpoznatijih organizacija i fondacija, on je i pokazatelj usavršavanja prakse i reputacije koju neprofitne organizacije grade, kao i opravdanog poverenja darodavaca.

Lista tema koje se najviše podržavaju ostaje skoro nepromenjena u odnosu na prošlu godinu: zdravstvo, podrška marginalizovanim grupama, obrazovanje i smanjenje siromaštva zadržali su iste pozicije i u 2018. godini. Činjenica da je na ove četiri teme bilo usmereno 81,5% akcija, a na sve ostale samo 18,5%, ukazuje na potrebu da se podigne nivo svesti darodavaca o ulaganju u veći broj oblasti koje su značajne za društvo, kao što su ljudska prava, nauka,

zaštita životne sredine, nauka ili socijalno preduzetništvo, koje održivim čine mnoge socijalne i obrazovne usluge neprofitnih organizacija.

Podrška državi (institucije i lokalne i nacionalne vlasti) pokazuje pad i u količini akcija i u količini darovane sume. Trend manjeg darivanja državi nastavlja se iz 2017, međutim, neki podaci ukazuju da se jedan deo novca upućenog državi daje indirektno, odnosno preko neprofitnih organizacija.

Ključne korisničke grupe kojima se najčešće pruža podrška ostaju nepromenjene već dve godine zaredom: to su osobe sa zdravstvenim problemima, populacija lokalnih zajednica, osobe sa invaliditetom i ekonomski ugroženi sugrađani. Kao i kada su u pitanju teme, procenat akcija usmeren na ove četiri grupe je veoma visok – preko 70%. Imajući u vidu da se ova situacija ponavlja već nekoliko godina, svakako bi bilo važno podržati i pojačati promociju ostalih korisničkih grupa, kao i pružiti podršku organizacijama koje se njima bave da ojačaju infrastrukturu za davanje i komunikaciju sa širom javnošću.

U odnosu na blagi porast između 2016. (34,2%) i 2017. (36,9%) godine, transparentnost podataka je naglo porasla na 46,1% sa više od 9% razlike u odnosu na prošlu godinu, što ukazuje na to da mediji u većem broju objavljuju darovane sume, a to je svakako pozitivan trend. S druge strane, u 2018. godini je, po prvi put nakon više godina, porastao broj medijskih objava koje su imale negativnu konotaciju kada je u pitanju davanje za opšte dobro. Ostaje da se nadamo da je to trenutna promena, a ne dugoročan trend u izveštavanju medija.

Imajući u vidu celokupne podatke, možemo da kažemo da status filantropije u Srbiji u 2018. godini nije doživeo značajne promene u odnosu na 2017. godinu. Ostaje da se nadamo da će inicijative pokrenute tokom 2018. godine – formiranje Koalicije za dobročinstvo, formiranje Saveta za filantropiju, pokretanje Nacionalnog dana davanja – pokazati rezultate već u sledećoj godini.

1

Pregled ključnih
pokazatelja davanja
za opšte dobro
u Srbiji

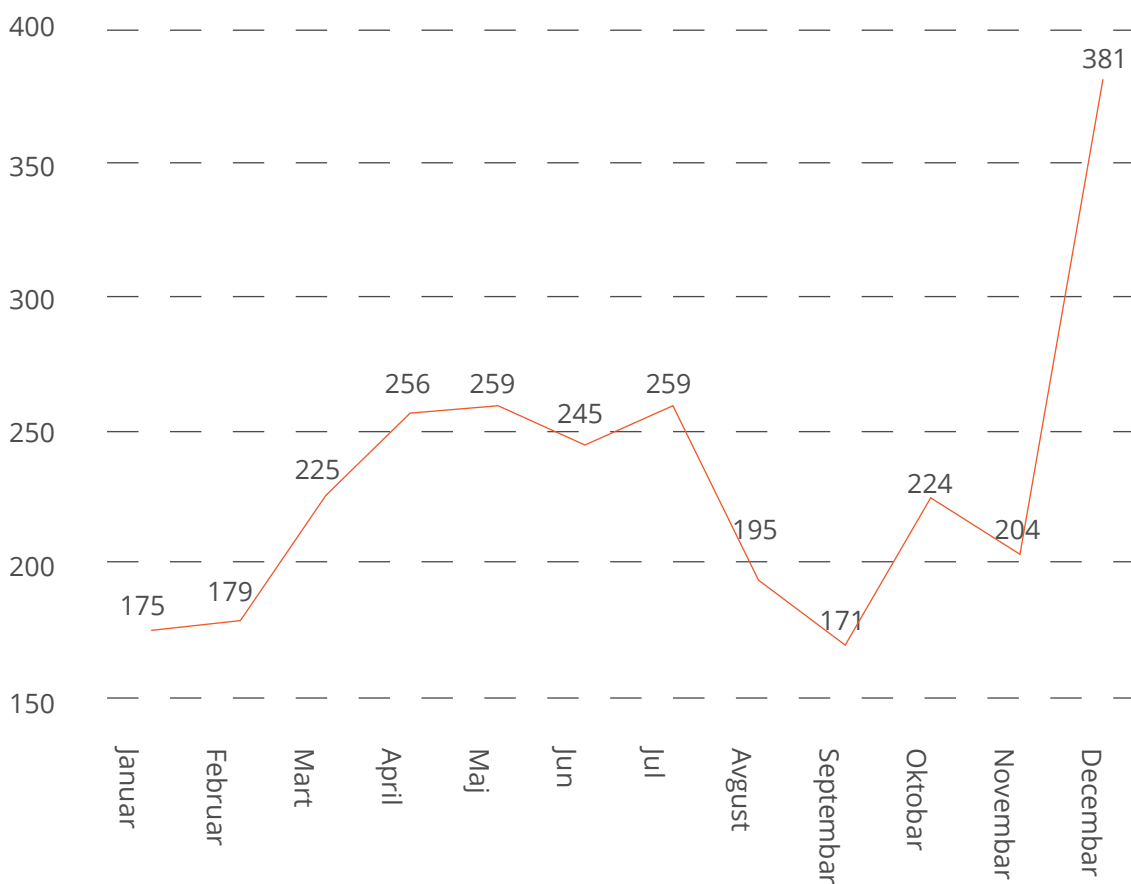
1.1 Nivo aktivnosti dobrotvornog davanja u Srbiji

U Srbiji su tokom 2018. godine zabeležene ukupno 2.773 različite akcije prikupljanja novca i/ili robe u dobrotvorne svrhe (za opšte dobro). Ovo je za 8,8% manji broj akcija nego u 2017. godini, što ne predstavlja veliku promenu, ali pokazuje nastavak prošlogodišnjeg blagog pada.

U odnosu na uobičajenu raspodelu broja akcija prema godišnjim dobima i mesecima (veći skokovi u proleće i jesen, sa najvećim brojem u decembru), u 2018. je nivo davanja prema mesecima bio ravnomerniji. U proseku se najviše davalo na proleće i leto, ali je ubedljivo najveći broj akcija zabeležen u decembru, što potvrđuje trend pretprazničnog davanja.

	2016.		2017.		2018.
Prosečan broj akcija mesečno	272	↓	254	↓	231

Broj akcija prema mesecu

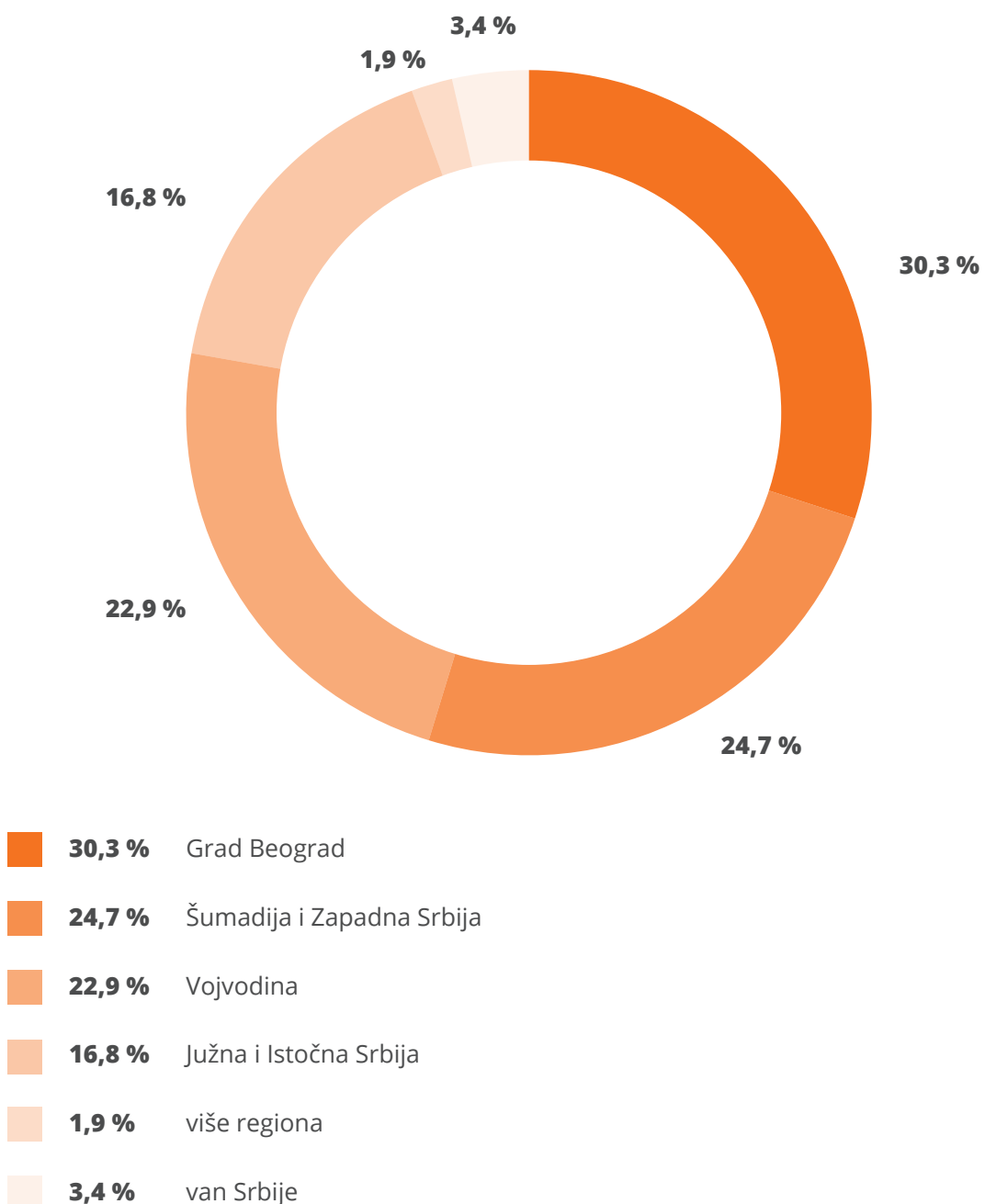


1.2 Geografska distribucija

Kada je reč o geografskoj raspodeli, 2018. godina nije donela veće promene u odnosu na uobičajenu raspodelu. Grafikon pokazuje procenete broja donacija usmerenih u određene regione.

Redosled regiona po procentu donacija ostao je isti kao i u prethodne dve godine: u Beogradu se i dalje usmerava najviše donacija (30,3%), a slede Šumadija i Zapadna Srbija (24,7%), Vojvodina (22,9%), te Južna i Istočna Srbija (16,8%). Fluktuacije u odnosu na proteklu godinu su vrlo male, do 2%.

Geografski raspored davanja po regionima (% akcija)



Procenat akcija upućenih u više regiona, odnosno na teritoriju cele Srbije (1,9%) je ove godine sličan kao i prošle, dok je van Srbije usmereno jednako kao i u 2017. godini - 3,4% akcija. Većina donacija van Srbije usmerena je u region – u Kosovo (2,3%), ali i Bosnu i Hercegovinu, Crnu Goru, Severnu Makedoniju i Hrvatsku. Mali broj donacija otišao je i ka Grčkoj, Ukrajini, Nemačkoj i Kanadi.

U 2018. donacije su usmerene u 144 opštine i u 311 lokalnih zajednica, što nije velika razlika u odnosu na 133 opštine i 319 lokalnih zajednica registrovanih u 2017. godini. Po broju donacija koje su upućene u različite lokalne zajednice, Beograd je na prvom mestu, a prate ga Novi Sad (7,1%), Niš (4,3%), Zrenjanin (2,0%), Kragujevac (1,9%), Čačak (1,6%), Novi Pazar (1,4%) i Subotica (1,4%).

Vidimo da je, uprkos manjim promenama, distribucija prema geografskim regionima prilično stabilna iz godine u godinu, još od 2013. godine, kada je započeto praćenje. Beograd ostaje region sa kontinuirano najviše akcija, s obzirom na to da prima najmanje četvrtinu, a najviše trećinu svih donacija. Vojvodina preuzima četvrtinu svih akcija sa relativno stabilnim procentom od 23–25%; Šumadija i Zapadna Srbija polako prelaze iz petine u četvrtinu svih donacija, dok Južna i Istočna Srbija ostaju ispod 20%.

Trendovi u geografskoj raspodeli (% akcija)

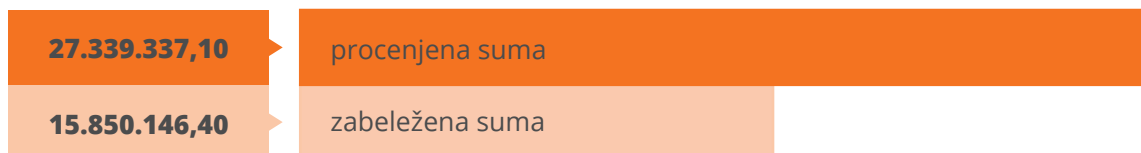
Region/godina	2016.		2017.		2018.
Beograd	26,7%	↗	32,3%	↘	30,3%
Vojvodina	25,0%	≈	24,3%	↘	22,9%
Južna i Istočna Srbija	18,9%	↘	16,3%	≈	16,8%
Šumadija i Zapadna Srbija	22,8%	↘	21,1%	↗	24,7%
više regiona	2,9%	≈	2,6%	≈	1,9%
van Srbije	3,7%	≈	3,4%	=	3,4%

1.3 Darodavci

1.3.1 Darovane sume

Ukupna suma o kojoj su mediji pružili podatke, a koja je mogla biti verifikovana i iz drugih izvora, iznosi nešto preko 15.850.000 evra¹. Darovane sume su objavljene u 46,1% slučajeva, što predstavlja uvećanje od 9,2% u odnosu na 2017. godinu (36,9% slučajeva).

Iako skoro polovinu svih objavljenih donacija prati podatak o darovanoj sumi, procena stvarnog nivoa darovanih suma je i dalje otežana. Ipak, ekstrapolacijom se može doći do oprezne procene da je suma koja je donirana u dobrotvorne svrhe u Srbiji u 2018. godini bila nešto više od 27,3 miliona evra. Grafikon prikazuje poznatu i verifikovanu sumu darovanog novca u evrima, kao i procenjenu darovanu sumu na osnovu ekstrapolacije poznatih suma. Logično je, međutim, pretpostaviti da su darovane sume veće, čak i od ovde navedene procenjene sume².



Trendovi u procenjenim darovanim sumama (u milionima evra)

	2016.	2017.	2018.
	21,2	27,1	27,3

1.3.2 Učešće različitih tipova darodavaca

Učešće različitih tipova darodavaca posmatramo sa dva aspekta: prema broju akcija i prema poznatoj sumi darovanog novca.

Prema broju akcija, masovna davanja (odnosno davanja građana tokom kampanja i odgovora na pozive za podršku/pomoć) zauzimaju prvo mesto, kao i prethodnih godina, sa 42,9%. Poslovni sektor takođe prati pređašnji trend u broju akcija, stabilno držeći drugo mesto sa 29,5%. Pojedinci kao darodavci registrovani su u 15,4% akcija, dok drugi darodavci učestvuju sa ukupno 12,2% akcija.

Kada se radi o redosledu darodavaca prema procentualnom učešću u poznatoj darovanoj sumi, na prvom mestu su takođe građani, koji učestvuju u masovnim akcijama davanja. Oni su ove godine zamenili poslovni sektor, koji je po učešću u poznatoj darovanoj sumi prvi put pao na drugo mesto. Davanja pojedinaca se nalaze ispod davanja mešovitih darodavaca, što je trend koji se nastavlja godinama. Druge donacije su ispod ukupnih 5% po darovanoj sumi.

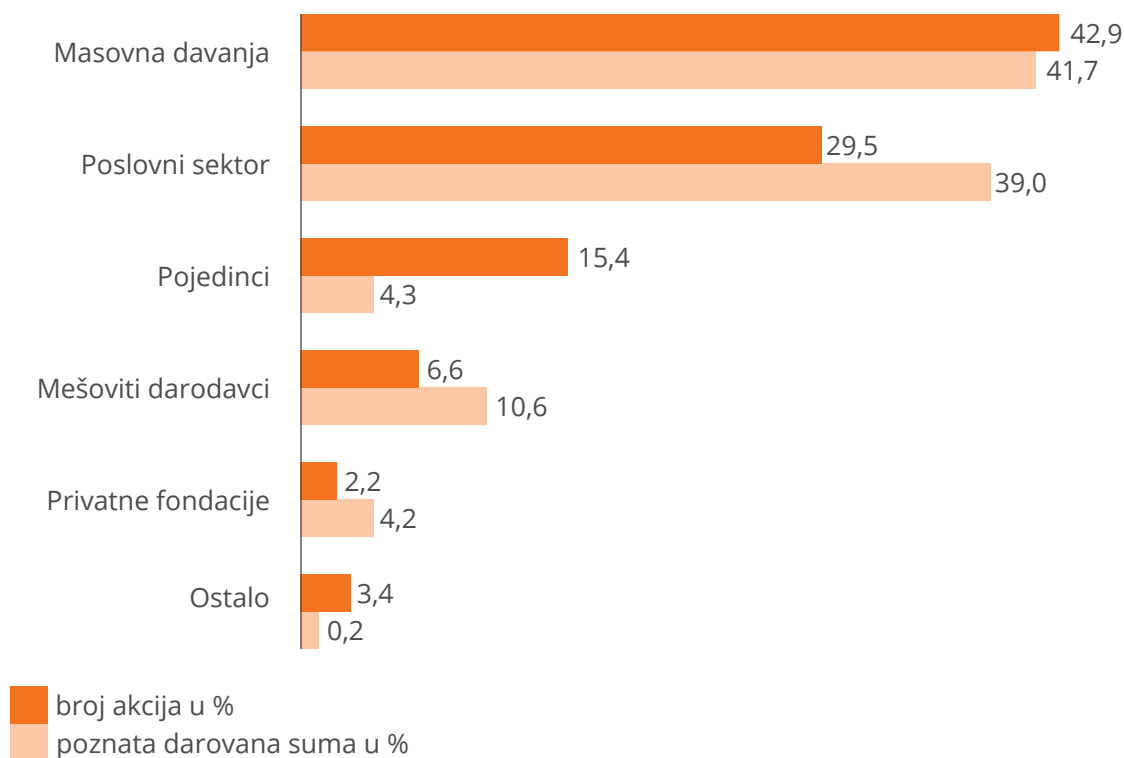
Ukoliko posmatramo trendove u poslednjih nekoliko godina, najaktivniji donatori su do sad uvek bili građani, pojedinci i poslovni sektor. Uključenost poslovnog sektora opala je nakon četvorogodišnjeg porasta, dok uključenost građana (ali i pojedinaca) nastavlja da raste.

¹ Sume su objavljivane u različitim valutama; ova suma izračunata je na osnovu srednjeg godišnjeg kursa različitih valuta.

² Kao i ranijih godina, prikazane sume uključuju darivanje u novcu i vrlo mali broj procenjenih darovanih suma u robi i uslugama, te je teško proceniti ukupnu vrednost darova u robi i uslugama. Dalje, darodavci, kao ni primaoci, i dalje ne pokazuju značajnu spremnost da podele informacije o darovanim sumama, pa je teško doći do većeg procenta konkretnih podataka.

Kada se radi o poznatoj darovanoj sumi, udeo poslovnog sektora je zadržao isti nivo, dok je postepeni rast udela davanja od strane građana preuzeo prvo mesto po ulozenom novcu. S obzirom na činjenicu da je nivo darovane sume od strane poslovnog sektora ostao isti, ali u procentualno manjem broju akcija, možemo zaključiti da se poslovni sektor odlučuje da ulaže veće sume u manji broj akcija, što može ukazivati na stabilizovanje partnerskih odnosa i programa. Na kraju, udeo davanja pojedinaca je blago opao.

Učešće različitih tipova darodavaca



Broj zabeleženih akcija (u %)	2016.		2017.		2018.
Građani	36,8%	↗	41,1%	↗	42,9%
Poslovni sektor	31,7%	↗	33,4%	↘	29,5%
Pojedinci	17,7%	↘	12,8%	↗	15,4%
Poznata darovana suma (u %)	2016.		2017.		2018.
Građani	25,2%	↗	31,6%	↗	41,7%
Poslovni sektor	45,4%	↘	39,5%	↔	39,0%
Pojedinci	2,6%	↗	4,6%	↔	4,3%

Ključne tačke

U 2018. godini zabeležene su 2.773 jedinstvene akcije za opšte dobro, što predstavlja pad aktivnosti u odnosu na 2017. Procenjena darovana suma zadržala je isti nivo iz prethodne godine.

Analiza podataka o geografskoj raspodeli davanja ukazuje na to da nema značajnijih promena u odnosu na 2017. godinu, ali i na to da se slična raspodela održava praktično od početka praćenja (2013. godina). Grad Beograd ima primat sa 30,3%, a slede Šumadija i Zapadna Srbija sa 24,7% i Vojvodina sa 22,9%.

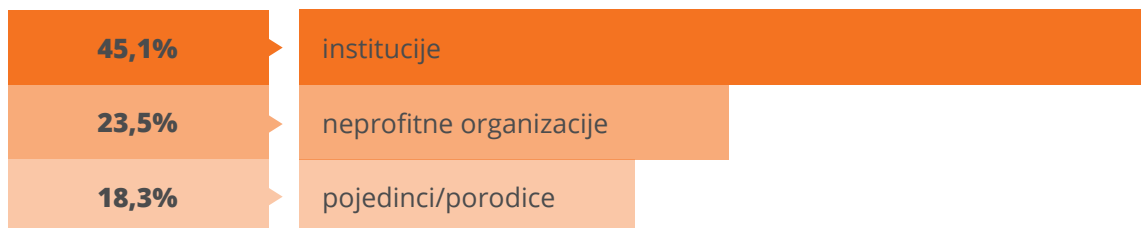
Kao i prošle godine, najaktivniji darodavci su bili građani kroz masovna davanja (42,9%), poslovni sektor (29,5%) i pojedinci (15,4%).

Prema učešću u poznatoj darovanoj sumi, blagi dvogodišnji porast udela građana rezultirao je njihovim preuzimanjem dominantnije pozicije (41,7%), dok poslovni sektor i dalje prati sa visokim udelom od 39%; pojedinci su na istom nivou kao i u 2017. godini.

Kada je reč o dijaspori, procenti zabeleženih akcija (15,7%) i darovanih suma (10,5%) u 2018. godini su viši u odnosu na prošlu godinu. Nivo aktivnosti dijaspore, kao i njen udeo u darovanoj sumi, fluktuiraju kroz rast i pad procenata iz godine u godinu, zbog čega je teško identifikovati bilo kakav trend.

1.3.3 Profili najčešćih darodavaca

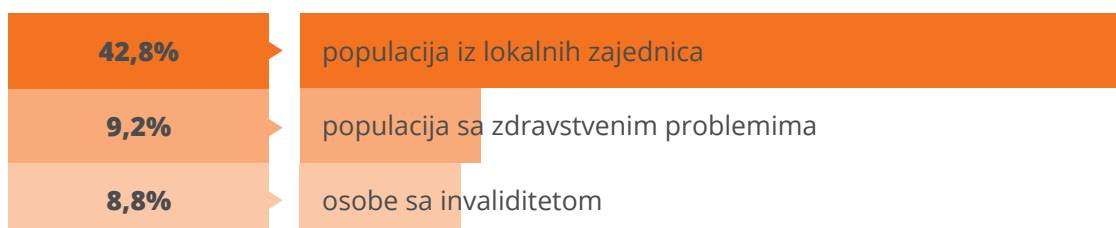
Tri vodeća primaoca donacija – poslovni sektor

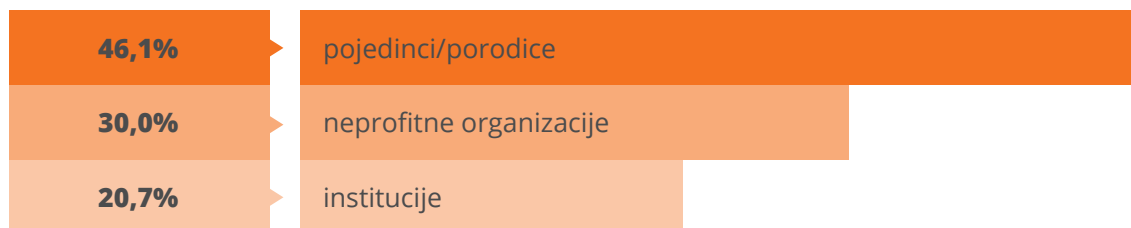
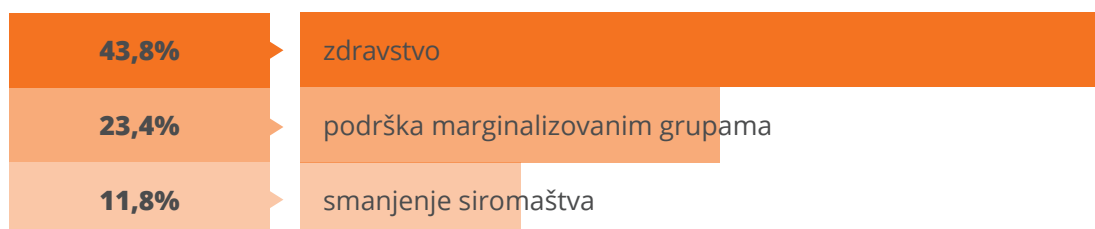
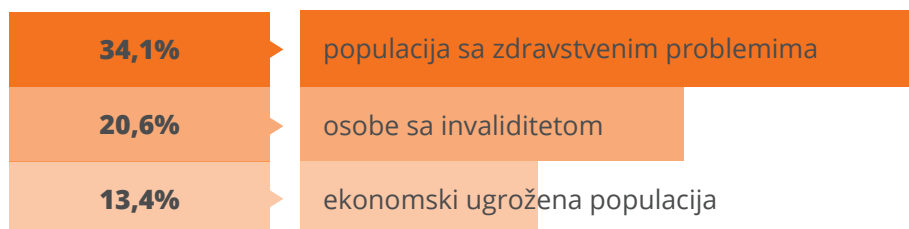


Tri vodeće oblasti – poslovni sektor



Tri vodeće korisničke grupe – poslovni sektor



Tri vodeća primaoca donacija – građani (masovna davanja)**Tri vodeće oblasti – građani (masovna davanja)****Tri vodeće ciljne grupe – građani (masovna davanja)****Primeri davanja poslovnog sektora**

Ove godine svakako treba istaći dobitnike glavne nagrade VIRTUS za doprinos na nacionalnom nivou: Banca Intesa a.d. Beograd, između ostalog za seriju edukativnih seminara pod nazivom „Rizik? To je ženski posao“, koji su namenjeni preduzeticama, vlasnicama preduzeća, direktorkama socijalnih preduzeća i novoosnovanih (*start-up*) preduzeća širom Srbije. Seminarski su održani tokom Nedelje štednje, a okupljenim učesnicama su, osim poslovnih znanja u oblasti pametnog investiranja, pružili i savete za prevladavanje stresnih i rizičnih situacija sa kojima se učesnice suočavaju i u privatnoj sferi života. U okviru programa korporativnog volontiranja „Intesa od srca“ zaposleni ove banke donirali su zajednici čak 2.145 volonterskih sati. Banka je tokom prethodne godine nastavila da podržava realizaciju projekata u oblasti kulture, očuvanja kulturne baštine i obrazovanja, inicijative od društvenog značaja i razvoj amaterskog i profesionalnog sporta.

Zanimljiv primer podrške zdravstvu dolazi nam iz Hemofarm korporativne fondacije, članice Srpskog filantropskog foruma. U okviru Programa za zdravlje Hemofarm fondacija je u aprilu 2018. godine pokrenula kampanju „Ne dozvoli da pukne“ u cilju podizanja zdravstvene kulture i podsticanja ljudi na redovne kontrole krvnog pritiska. Tokom kampanje, čiji su promoteri bili lica kulturnog i zabavnog života u Beogradu, organizovana su preventivna merenja krvnog pritiska u 90 zdravstvenih institucija u 11 gradova u Srbiji, dok je 306 aparata za merenje krvnog pritiska donirano 81 ustanovi zdravstvenog sistema. Projekat je realizovan u partnerstvu sa Ministarstvom zdravlja Srbije i Institutom za javno zdravlje Batut, a za akciju je izdvojeno oko 10.000 evra.

Kompanija Naftna industrija Srbije je kapitalna ulaganja pod imenom „Zajednici zajedno“ nastavila i u oktobru 2018. godine. Tri investicije su obeležile 25. oktobar: skoro 68 hiljada evra za rekonstrukciju dečjeg igrališta kod SC Mladost u Čačku, 34 hiljade evra Kulturno-sportskom centru Požarevca za izgradnju sportskog terena i čak 144 hiljade evra za izgradnju dečjeg igrališta na trgu u Kikindi (koje će nadgledati UG Kikindski forum). Početkom istog meseca najavljena su slična ulaganja pod okriljem kompanije Elixir Prahovo d.o.o, čija će sredstva biti iskorišćena za rekonstrukciju ulice u Prahovu u dužini od šest kilometara.

Poslovni sektor se u 2018. godini značajno angažovao da pomogne razvoj infrastrukture za distribuciju i dobavljanje hrane za naše ekonomski i socijalno ugrožene sugrađane. Tako je kompanija Retail Coffee (predstavnice turske kompanije Simit Sarayi u Srbiji) donirala više od 70 tona zaleđenih proizvoda, koji su distribuirani kroz Crveni krst na Opštini Vračar. Coca-Cola HBC Srbija je u saradnji sa Fondom B92 potpisala ugovor o donaciji vrednoj 59.000 evra sa Crvenim Krstom Srbije. Donacija će biti korišćena za kupovinu opreme i drugih elemenata za pripremu hrane u narodnim kuhinjama. MK Grupa je poklonila 3,5 tona proizvoda koji će biti raspodeljeni gradovima u Vojvodini. Pored donacija direktno narodnim kuhinjama, treba takođe napomenuti da je u 2018. godini Banka hrane u Beogradu dobila više od 140 tona hrane od donacija kompanija, u okviru kojih Delhaize Srbija i dalje ima veliku ulogu.

Kada se radi o malim i srednjim preduzećima, ove godine ističemo Bosis d.o.o, porodično preduzeće iz Valjeva. Bosis d.o.o. je dobitnik nagrade VIRTUS za filantropiju u kategoriji malih i srednjih preduzeća, pre svega zbog značajne podrške Istraživačkoj stanici Petnica u okviru Nacionalnog dana davanja Srpskog filantropskog foruma, ali i zbog kontinuirane podrške brojnim institucijama i organizacijama civilnog društva u lokalnoj zajednici. Tokom prethodne godine Bosis je donirao više od 10.000 evra odeljenju ginekologije i porodilištu bolnice u Valjevu i podržao aktivnosti nekoliko udruženja u oblasti očuvanja kulture i tradicije Valjevskog kraja.

Svakako treba pomenuti i doprinos poslovnog sektora kroz marketing povezan sa društvenim ciljem (*cause-related marketing*). Zanimljiv primer je kampanja „Otvorimo zajedno Narodni muzej“, koju je pokrenula Zaječarska pivara 1. februara. Kompanija je dinar od svake specijalno dizajnirane limenke prodate do 15. juna 2018. godina donirala rekonstrukciji Narodnog muzeja. Zahvaljujući toj inicijativi za pet meseci je prikupljeno skoro 48 hiljada evra. Sličan mehanizam su koristile i kompanija GOMEX u uspešnoj akciji „Doniraj kupovinom – zajedno do milion dinara za bebe“ usmerenoj ka Institutu za neonatologiju u Beogradu (donacija od skoro 8.500 evra), kao i Tempo hipermarketi sa akcijom „Dobro delo za SOS Dečje selo“, u kojoj je od prodaje školskog pribora prikupljeno skoro 11.900 evra za decu iz SOS Dečjeg sela.

Podrška programima van regiona

U podršci filantropskim inicijativama van Srbije izdvajamo nesvakidašnju akciju Tijane Bošković, reprezentativke Srbije u odbojci. Tijana Bošković je u septembru organizovala humanitarnu večeru u restoranu Zvezdara teatra u cilju prikupljanja novca za lečenje dece koja boluju od Laforine bolesti, najintenzivnijeg tipa epilepsije. Donacija je usmerena Kanadskom istraživačko-bolničkom centru „The Hospital for Sick Children – SickKids“, koji se bavi istraživanjem lečenja ovog oboljenja, a sama večera je nastavak kampanje (i rada fonda) koju je inicirala Snježana Gajić iz Bosne i Hercegovine, čija ćerka boluje od Laforine bolesti.

Mladi su se uključili kroz prikupljanje knjiga: učenici Osnovne škole „Dušan Jerković“ iz Inđije su u maju 2018. godine prikupljali knjige na srpskom jeziku za sekciju Gradske biblioteke u Štutgartu u Nemačkoj, čime su pomogli i učenje dece iz dijaspore, ali i za školu u Štutgartu koju pohađaju deca iz Srbije.

Davanja dijaspore

Ove godine se među mnogobrojnim primerima davanja dijaspore ističe uspešno izveden pilot projekat besplatne škole za prekvalifikaciju u IT sektoru – „IT Bootcamp“ – koji je pokrenula grupa afirmisanih ljudi iz dijaspore u saradnji sa Fondacijom Ana i Vlade Divac. U želji da pomogne voljnim ljudima koji nisu imali prilike da obezbede sebi IT obrazovanje, ova grupa iz dijaspore je prikupila preko 36 hiljada evra od donacija za konkurs kroz koji je 108 polaznika imalo pravo učešća u dva ciklusa. Ovaj program se u 2019. godini nastavlja sa novom grupom polaznika.

Doprinosi pojedinaca

Jedan od najznačajnijih pojedinačnih darodavaca u 2018. godini je Milomir Glavčić, penzioner koji dugi niz godina živi u Kanadi i koji već sedam decenija pomaže one kojima je pomoć potrebna u Srbiji; i prošle godine on je bio jedan od najznačajnijih primera, a ove godine je i dobitnik nagrade VIRTUS za individualni doprinos filantropiji. Tokom godina donirao je više od 7 miliona evra organizovavši svoju širu porodicu da u njegovo ime dostavlja donacije u Srbiji. Samo tokom prošle godine Milomir je poklonio medicinsku opremu Opštoj bolnici Studenica u Kraljevu u približnoj vrednosti od preko 300.000 evra. Pomogao je i izgradnju dečjeg vrtića u Kraljevu, koji je poneo naziv „Milomir“ i svečano otvoren na Milomirov 94. rođendan u decembru prošle godine.

Filip Filipović od 2012. godine pomaže najugroženijim stanovnicima zabačenih sela u okolini Kuršumlijske Banje donirajući pomoć u novcu, namirnicama, lekovima, igračkama i školskom priboru. Pomogao je adaptaciju kuća, obnovu kabineta za biologiju u gimnaziji u Kuršumliji, delio pakete hrane i higijenskih proizvoda i novogodišnje paketiće za decu od novca koji je sam uštedeo. Jedanaest najugroženijih porodica je zahvaljujući Filipu dobilo tromesečnu novčanu pomoć za kupovinu potrepština u lokalnim prodavnicama, a na njegovu inicijativu omogućen je i besplatan prevoz kombijem jednom nedeljno za stanovnike Kuršumlijske Banje do Kuršumlije kako bi obavili svoje dnevne obaveze. On ugroženima poklanja i svoje vreme – pomaže u obavljanju kućnih poslova i popravki, savetuje sugrađane o načinima na koja mogu ostvariti svoja prava u oblasti zdravstva, socijalne pomoći ili administrativnih usluga. Ove godine je dobitnik specijalne nagrade za pomoć stanovništvu u ruralnim područjima, koju mu je dodelila Trag Fondacija u okviru Nagrade za filantropiju VIRTUS u 2018. godini.

U okviru svog ekspres restorana Tajni začini u Beogradu Dragan Đurić više od godinu i po dana nudi besplatan obrok svim ljudima slabijeg materijalnog stanja. Dragan na ovaj način nagrađuje i studente i studentkinje za svaku dobijenu desetku u periodu od tri dana nakon upisa ocene, a planira i uvođenje stalnog popusta za penzionere i besplatnog obroka za trudnice koje se nađu u blizini restorana kada ogladne. U ovom restoranu su izbeglice sa Bliskog istoka, uglavnom žene i deca, dobijale ne samo hranu, već i prenoćište kada nisu imale kuda.

Inovativni načini davanja

Prepoznavši veliko interesovanje građana za humanitarne aktivnosti, kompanija Delhaize Srbija je nakon više uspešnih inicijativa organizovala i inicijativu „Zaokruži račun“, koja građanima omogućuje da doniraju kusur od izvršene kupovine. Od maja 2018. godine Delhaize Srbija je priključena nacionalnoj kampanji pod imenom „Rak je izlečiv“, u okviru koje je organizovan i ovaj septembarski poziv za donacije sa željom da se prikupi novac za nabavku

opreme koja će pomoći renoviranim laboratorijama na Institutu za onkologiju i radiologiju Srbije. Uspešno je prikupljeno preko 19.500 evra od donacija kusura mnogih građana koji su dozvolili da se račun „zaokruži“.

U okviru svog programa sportsko udruženje Avantura park organizuje aktivnosti spuštanja užetom niz stene (engl. *rappelling*). Humanitarna i nesvakidašnja verzija te aktivnosti, pod nazivom „Uže nade – Rope of Hope“, održava se svake godine na zgradama Beograda, gde, u saradnji sa nadležnim upravnicima, učesnici mogu da se spuštaju užetom sa uglavnom nepristupačnih mesta, kao što je vrh zgrade Beograđanke. Jedna od ovih manifestacija se ove godine održala 28. i 29. aprila na Avalskom tornju. Novčani iznos od 250 evra, sakupljen od kotizacije učesnika, organizatori su prosledili organizaciji Animal Rescue Service, prvoj zvaničnoj organizaciji u Srbiji koja se bavi spasavanjem životinja.

Gradani u akciji

Ove godine nije nedostajao ni niz interesantnih akcija koje su sprovedi građani. Naime, jedna akcija je upotrebljavala do sada nezastupljen metod prikupljanja: Viber. Članovi Viber grupe „Dobri Samarjanin“, koju je osnovao i pokrenuo sveštenik Siniša Nikitović iz Ivanjice, prikupili su preko 10 hiljada evra za lečenje sedamnaestogodišnjeg Milana Rabrenovića.

Đaci iz Prokuplja su takođe pokazali solidarnost na neuobičajen način, prodajući zimnicu kako bi omogućili ekskurziju drugarima koji to ne mogu da priušte. Najzad, takođe veoma specifična zanimljivost je i donacija mladenaca iz Novog Sada: Julijana i Dario su deo novca od svoje svadbe poklonili udruženju Beta Zaječar, koje se brine o napuštenim psima.

Udruženje „Doktori Klovnovi“, koje obilazi decu u bolnicama, svake godine organizuje humanitarnu prodaju crvenih nosića – sličnih onima koje i sami nose – kako bi unapredilo svoj rad u uveseljavanju dece u bolnicama. Tokom 2018. godine prikupili su više od 1.500 evra kroz humanitarnu prodaju nosića na prvog januarskoj manifestaciji „Ulica otvorenog srca“, dok su u decembru od građana dobili oko 2 hiljade evra za zakup tezge za festival sledeće godine. Zahvaljujući prikupljenim sredstvima (ali i uz pomoć sredstava iz predstojećih kampanja) udruženje planira da otvori „školu za doktore klovнове“ i time proširi aktivnosti i na druge gradove Srbije.

Zahvaljujući građanima Srbije – ali i drugim značajnim donatorima, kao što su dijaspora i preduzeća – humanitarne organizacije „Srbi za Srbe“ i „Humanitarni most“ su zajedno prikupile skoro milion evra za pomoć ekonomski ugroženim porodicama. Udruženje „Čep za hendikep“ je prikupilo skoro 14 hiljada evra samo uz pomoć reciklaže plastičnih čepova koje su građani i kompanije sakupljali u cilju nabavke opreme za osobe sa invaliditetom. S obzirom na veliko i dugogodišnje angažovanje ovih neprofitnih organizacija, treba pozdraviti unapređenje rezultata koje su sve tri doživele u 2018. godini.

Neke od interesantnih akcija masovnog davanja su one gde su organizatori značajno doprineli svojim entuzijazmom i posvećenošću. Stefan Nikolić iz Vršca, dobitnik ovogodišnje specijalne nagrade VIRTUS za mladog filantropa, tokom 2018. godine organizovao je tri događaja pod nazivom „Humanitarna kafa“ u Vršcu i Novom Sadu. „Humanitarna kafa“ je jednodnevni događaj tokom kojeg se čitava mreža ugostiteljskih objekata odriče zarade ostvarene prodajom kafe u humanitarne svrhe. U protekloj godini na taj način je prikupljeno preko 4.000 evra, a prikupljeni novac je doniran Nacionalnom udruženju roditelja dece obolele od raka – NURDOR.

Grupno finansiranje (*Crowdfunding*)

U 2018. godini izdvajamo porast interesovanja i aktivnosti, kako darodavaca tako i organizacija koje prikupljaju novac, kroz grupno finansiranje. Na porast aktivnosti svakako je uticalo pokretanje prve lokalne platforme za grupno finansiranje donacije.rs, koju administrira Fondacija Katalist, ali i osnivanje srpskog ogranka hrvatske agencije Brodoto, koja pruža pomoć organizacijama da nauče da koriste međunarodne platforme za grupno finansiranje.

Lokalna platforma donacije.rs. korišćena je u okviru Nacionalnog dana davanja, koji je Srpski filantropski forum ustanovio 9. oktobra 2018. godine, što je inače rođendan Mihajla Pupina, poznatog naučnika i darodavca. Cilj kampanje Nacionalnog dana davanja 2018. godine bio je da se Istraživačkoj stanici Petnica obezbedi spektrometar koji se može koristiti u velikom broju programa ove naučne ustanove. Koristeći humanitarni broj, žiro račun, ali i kampanju kroz platformu za grupno finansiranje donacije.rs, inicijativa Srpskog filantropskog foruma je od kompanija i građana u 2018. godini privukla više od 22 hiljade evra u donacijama.

Među drugim projektima koji su uspešno isfinansirani preko platforme donacije.rs svakako se ističe kampanja organizacije ORCA: projekat otvaranja prvog studentskog doma za buduće stručnjake u zaštiti životinja i prirode pokrenut je početkom oktobra. Tokom 51 dana trajanja projekta organizacija ORCA je prikupila više od osam hiljada evra za unapređenje doma koji je ostavila Ljubinka Vivčar, što je 13% preko ciljane sume.

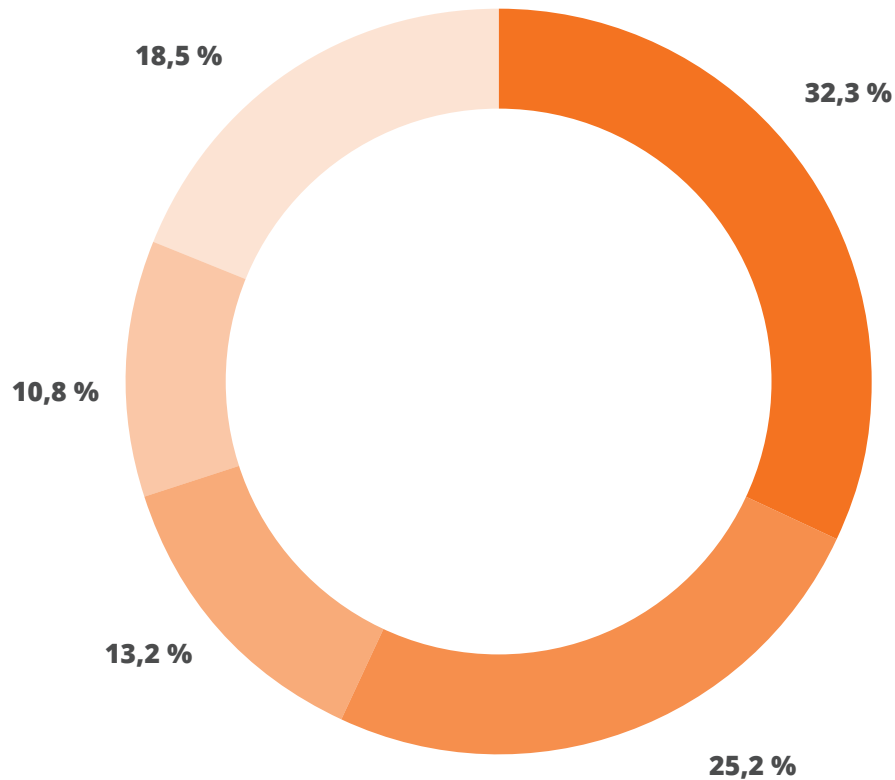
Kroz donacije.rs je tokom 2018. godine lansirano 19 kampanja, tokom kojih je od oko 1.300 pojedinaca i kompanija prikupljeno preko 76.000 evra.

Kada se radi o kampanjama preko stranih platformi, ističemo kampanju humanitarne organizacije ADRA na platformi Indiegogo. Njihov projekat „Drumodom” namenjen je unapređenju dugoročne podrške na koju ljudi bez krova na glavom mogu da računaju, a prikupio je skoro 14 hiljada američkih dolara u decembru 2018. godine. Kampanja je do rezultata došla za manje od 30 dana zahvaljujući platformi Indiegogo, ali i angažovanju organizacije ADRA, medija, građana i dijaspore, kao i drugih profitnih i neprofitnih organizacija.

1.4 Za šta se daruje u Srbiji?

1.4.1 Koje teme su važne građanima Srbije?

Oblasti (% akcija)



- 32,3 %** zdravstvo
- 25,2 %** podrška marginalizovanim grupama
- 13,2 %** obrazovanje
- 10,8 %** smanjenje siromaštva
- 18,5 %** ostalo
- 5-10 % sezonska davanja
- 3-5 % -
- 1-3 % sport, kultura i umetnost, zaštita životne sredine
- 0-1 % javna infrastruktura, religijske aktivnosti, briga o životinjama, urgentna pomoć, nauka, istorijsko nasleđe, nezavisni mediji, ekonomski razvoj, socijalno preduzetništvo, ostalo

Četiri ključne oblasti/teme za koje se davalo u 2018. godini ostaju zdravstvo, podrška marginalizovanim grupama, obrazovanje i smanjenje siromaštva.

Redosled tema prema brojnosti akcija isti je kao i prethodne godine, gde zdravstvo, iako sa blagim smanjenjem akcija, ostaje na prvom mestu, a prate ga podrška marginalizovanim grupama, obrazovanje i smanjenje siromaštva. Promene u procentu broja akcija usmerenih ka svakoj od ovih tema su zanemarljive u odnosu na 2017. godinu.

Dijapazon tema je ostao veoma širok, pa se ove godine darovalo za (po brojnosti akcija): sezonska davanja, sport, kulturu i umetnost, zaštitu životne sredine, javnu infrastrukturu, religijske aktivnosti, brigu o životinjama, urgentnu pomoć, nauku, kulturno nasleđe, razvoj zajednice, ekonomski razvoj i socijalno preduzetništvo. Nakon duže vremena, ove godine su se pojavile akcije za podršku nezavisnim medijima, dok ulaganja za izgradnju ljudskih prava (koja su se pojavila samo u 2017. i 2014. godini) nisu bila prisutna.

Vrlo neravnomerna distribucija broja akcija usmerenih ka različitim temama ukazuje na to da ne postoji značajna promena u navikama darodavaca kada se radi o manje zastupljenim temama. U četiri primarne teme bilo je usmereno 81,5% akcija, a u sve ostalo samo 18,5%. Stoga se i ove godine ističe potreba da se podigne nivo svesti darodavaca o ulaganju u veći broj oblasti koje su značajne za društvo, kao što su ljudska prava, nauka, zaštitu životne sredine, nauka ili socijalno preduzetništvo, koje mnoge socijalne i obrazovne usluge neprofitnih organizacija čine održivim.

Broj akcija usmerenih na četiri ključne oblasti (u %)

Oblast	2016.		2017.		2018.
Zdravstvo	30,2%	↗	34,7%	↘	32,3%
Podrška marginalizovanim grupama	26,8%	↘	24,8%	↔	25,2%
Smanjenje siromaštva	12,9%	↘	11,0%	↔	10,8%
Obrazovanje	9,1%	↗	12,8%	↔	13,2%

Ključne tačke

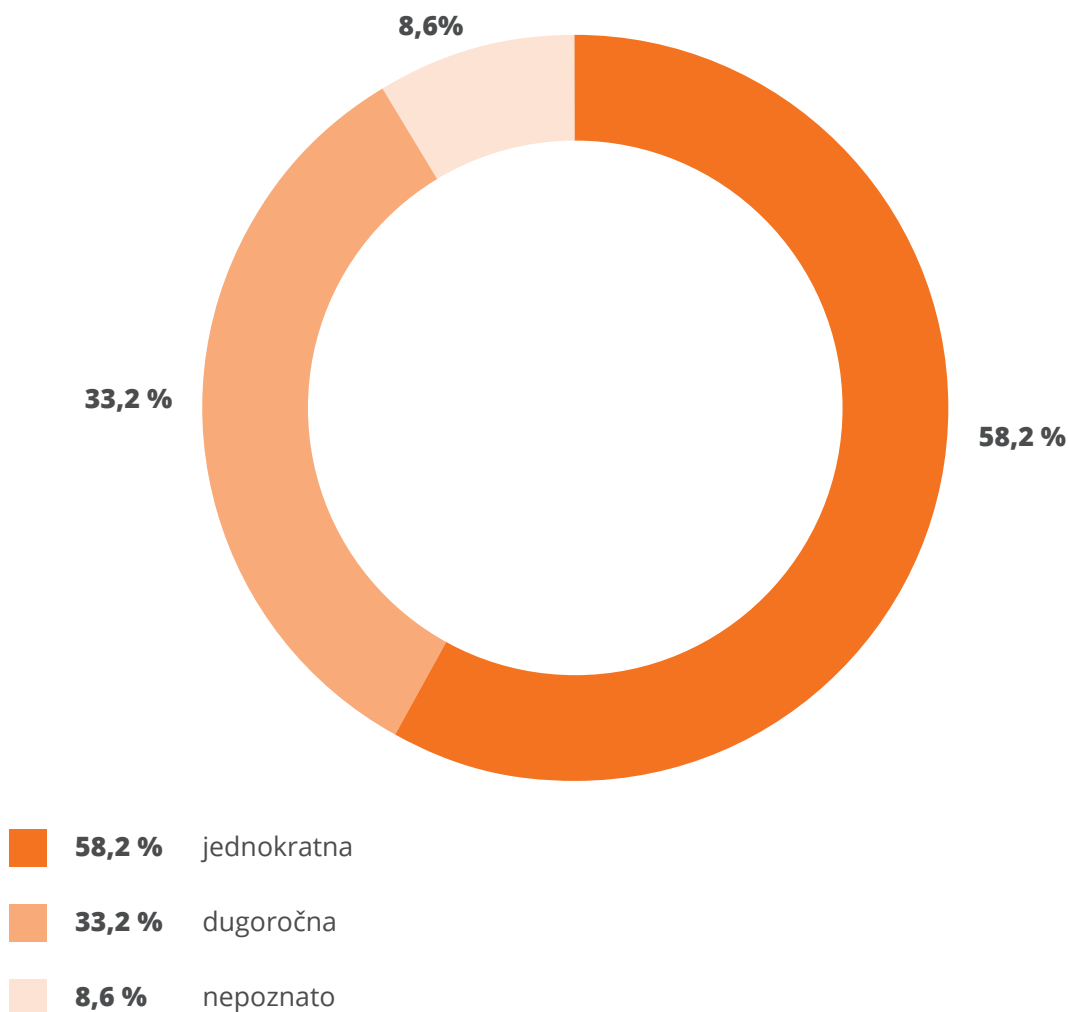
Četiri ključne podržane teme su: zdravstvo, podrška marginalizovanim grupama, obrazovanje i smanjenje siromaštva, a redosled tema po procentu akcija u 2018. godini je ostao isti kao i u 2017. godini.

Dijapazon podržanih tema ostaje veoma širok, a u ovoj godini se kao tema pojavila podrška nezavisnim medijima; sa druge strane nije bilo akcija koje podržavaju poštovanje ljudskih prava.

Akcije usmerene na četiri primarne teme čine 81,5% ukupnog broja akcija, dakle preko tri četvrtine zabeleženih akcija, dok je procenat akcija usmeren na sve ostale teme veoma mali. To ukazuje na kontinuiranu potrebu da se promovišu druge, važne teme za razvoj društva u celini.

1.4.2 Upotreba donacija

Kod upotrebe donacija razlikujemo dugoročnu upotrebu, koja uključuje strateška ulaganja i podršku rešavanju dugoročnih potreba, i jednokratnu upotrebu, dok se po metodologiji takođe prate davanja čija je svrha ostala nepoznata¹. Prema tim kategorijama, raspodela je prikazana na grafikonu.



Upotreba donacija (u %)

	2016.		2017.		2018.
Dugoročna	32,8%	↔	33,6%	↔	33,2%
Jednokratna	53,5%	↘	51,5%	↗	58,2%
Nepoznato	13,7%	↗	14,9%	↘	8,6%

¹ U dugoročna ulaganja ubrajamo: kapitalne investicije, opremu, ulaganje u usluge, stipendije (ulaganje u kadrove), istraživanje i razvoj, podizanje nivoa društvene svesti. U jednokratna davanja spadaju humanitarna pomoć, sezonska davanja, medicinski tretmani za pojedince/porodice, materijal i potrošna roba. Svrhu davanja nije uvek moguće odrediti jer dostupni podaci pokazuju, na primer, da je podrška pružena određenoj instituciji/organizaciji, ali ne i za šta je pružena.

Udeo akcija koje su usmerene ka dugoročnoj upotrebi ove godine je ostao na istom nivou kao u 2017. godini. Dugoročna ulaganja su prvenstveno usmerena na kupovinu opreme (24,1%), što je dugogodišnji trend, dok su ostale zastupljene kategorije ulaganje u obrazovanje (kroz podršku uslugama i stipendijama), kao i mali procenat kapitalnih investicija.

Udeo jednokratne podrške pokazuje porast. Dominantna kategorija podrške u okviru jednokratnih ulaganja jeste obezbeđivanje potrošne robe za primaoca (22,6%), koja primarno dolazi od građana, dok su obezbeđivanje pomoći za lečenje i humanitarna podrška za ekonomski ugrožene sugrađane prisutne u takođe značajnom broju akcija.

Dugoročna strateška ulaganja

Koristeći platformu koja je razvijena i predstavljena prethodne godine, Coca-Cola HBC Srbija je kroz obuke pomogla više od 2.400 mladih da se pripreme za tržište rada, dok je 30 mladih dobilo praktično iskustvo. Platforma pod imenom „Coca-Cola mladima“ je jedan od programa kompanije, u okviru kog je uloženo 120.000 evra i realizovano ukupno 40 trodnevnih radionica u 15 gradova u Srbiji. Nakon ovog programa 250 učesnika je do sada pronašlo zaposlenje, a 62% učesnika se samozaposlilo, vratilo formalnom obrazovanju ili počelo prekvalifikaciju.

I dalje su česta ulaganja poslovnog sektora kroz stipendije. U 2018. godini izdvajamo primer kompanije Leoni, koja je dodelila mesečne stipendije od po 170 evra studentima u Nišu. Nakon raspisanog konkursa kompanija je dodelila 10 meseci stipendija svakom dobitniku u ukupnoj vrednosti od 25.460 evra za 15 studenata.

Savez pčelarskih organizacija Srbije (SPOS) inicirao je kampanju prikupljanja novca od članica ovog udruženja. Po predloženoj donaciji od jednog evra po košnici, ideja iza inicijative SPOS-a bila je izgradnja pogona u Rači, gde bi se med prikupljao. Projekat je pokrenut 18. aprila 2017. godine i od ukupne sume od skoro 68 hiljada evra po najskorijoj objavi Saveza, u 2018. godini je prikupljeno preko 32.200 evra zahvaljujući pčelarskim društvima, udruženjima, malim preduzećima i pojedinačnim pčelarima. Kroz uspostavljanje pogona za prikupljanje i proizvodnju meda biće obezbeđen i bolji plasman i prodaja meda pčelarskih organizacija u Srbiji, što će takođe doprineti njihovom efikasnijem radu i održivosti i pružiti mogućnost za dalji razvoj.

Ključne tačke

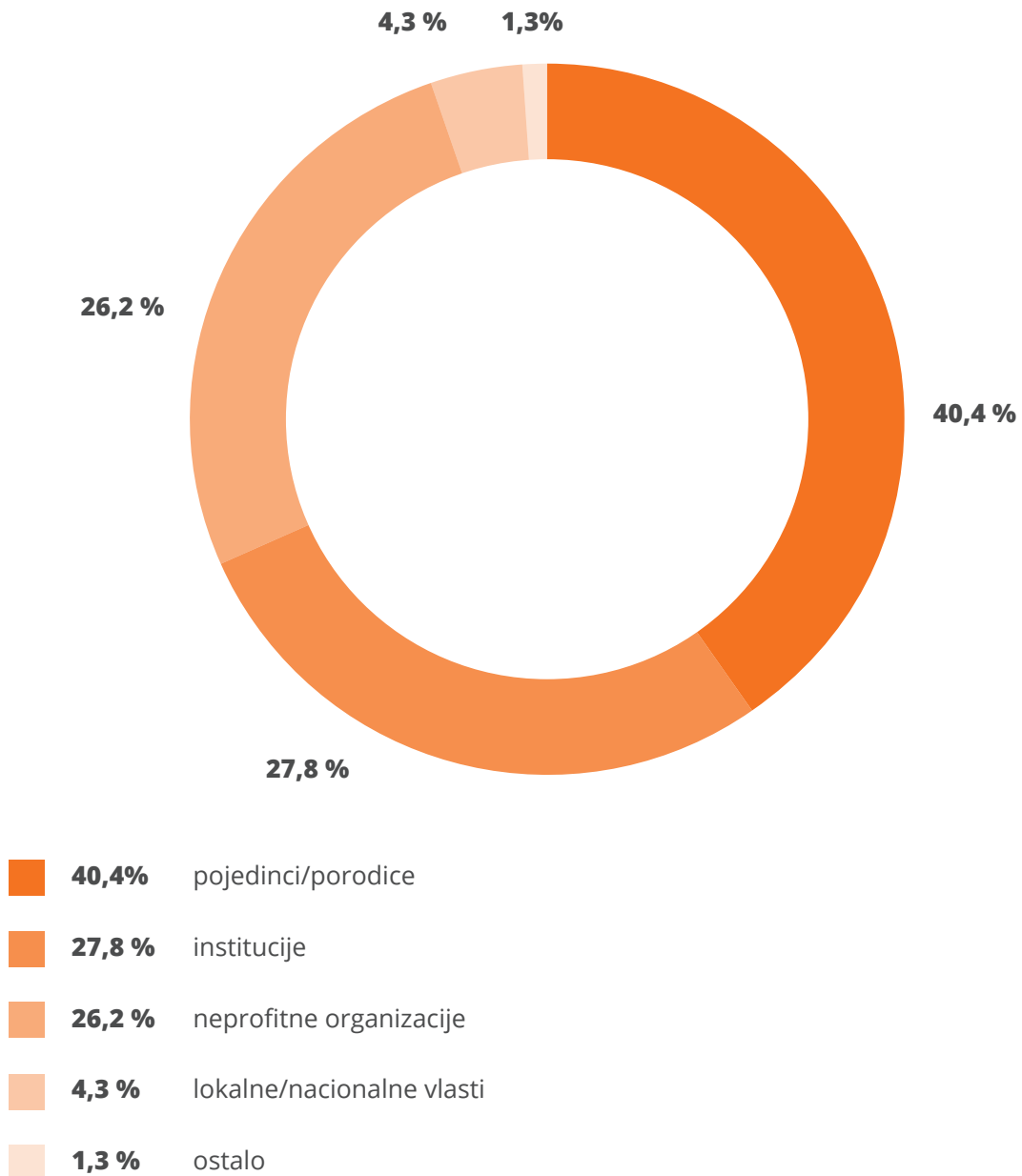
U poslednje tri godine oko trećine akcija usmereno je na davanja koja imaju potencijal dugoročnih efekata. U istom periodu preko polovine svih akcija usmereno je na jednokratna davanja. To nam svakako ukazuje na činjenicu da je potrebna dalja promocija strateških ulaganja i rezultata akcija koje imaju potencijalno dugoročan efekat.

Kao i prethodnih godina, od dugoročnih ulaganja akcije usmerene na kupovinu opreme ostaju daleko najbrojnije, a sledi ulaganje u obrazovanje kroz usluge i stipendije. Poslovni sektor se sve češće opredeljuje da strateški ulaže – 62% akcija od strane poslovnog sektora usmereno je na dugoročna rešenja, što je više nego prošle godine.

Opšti trend blagog pada jednokratne pomoći, koji je uspostavljen prethodne četiri godine, prekinut je u 2018. godini. Ove godine je primećen veći udeo jednokratnih akcija, dok je uticaj dugoročnih ulaganja ostao na istom nivou. Činjenica je da nam je ove godine poznatija upotreba akcija u odnosu na sve prethodne godine, što je moguć uticaj na povećanje zabeleženih jednokratnih akcija.

1.5 Koga podržavaju građani Srbije?

1.5.1 Kome građani veruju?



Primaoci donacija pokazuju preko koga zapravo darodavci upućuju svoje donacije, te na taj način posredno ukazuju i na to u koga darodavci imaju poverenja¹.

S obzirom na višegodišnju raspodelu primanja prema broju akcija, pojedinci i porodice su najveći primaoci i u 2018. godini. Na drugom mestu su institucije sa nešto manjim procentom nego u 2017, dok su neprofitne organizacije ostale na trećem mestu. Na lokalne i nacionalne vlasti je, kao i svake godine, usmereno manje od 5% akcija. U kategoriju „ostalo“ spadaju religijske zajednice, više različitih primalaca, kao i nepoznati primaoci; u toj kategoriji je zabeležen najmanji udeo.

¹ Primaoci donacija/partneri obično dalje distribuiraju podršku krajnjim korisnicima (ciljnim grupama), odnosno upotrebljavaju ih za dobrobit određenih ciljnih grupa.

Broj akcija usmeren na različite kategorije primalaca donacija (u %)

	2016.		2017.		2018.
Pojedinci/podrođice	44,8%	↓	38,4%	↑	40,4%
Institucije	30,7%	~	29,9%	↓	27,8%
Neprofitne organizacije	18,0%	↑	25,9%	~	26,2%
Lokalne/nacionalne vlasti	3,1%	~	3,8%	~	4,3%

Poznata darovana suma usmerena na različite kategorije primalaca donacija (u %)

	2016.		2017.		2018.
Pojedinci/podrođice	12,8%	↓	6,2%	↑	10,8%
Institucije	32,9%	~	31,9%	↓	27,6%
Neprofitne organizacije	31,4%	↑	47,6%	↑	54,3%
Lokalne/nacionalne vlasti	20,8%	↓	9,9%	↓	5,7%

Slika se menja, međutim, kada je u pitanju učešće primaoca u poznatoj zabeleženoj darivanoj sumi. Porast davanja usmerenih ka neprofitnim organizacijama, koji je zabeležen protekle godine, nastavljen je i u 2018. godini, čime se nastavlja pozitivan trend započet još 2015. Treba svakako imati u vidu da je kontinuiran rast rezultat davanja koje je usmereno na određeni broj najpoznatijih fondacija i organizacija, dakle nije ravnomerno ulaganje u ceo neprofitni sektor. Bez obzira na to, svake godine se uočava i vrlo postepen rast broja organizacija ka kojima se novac usmerava, što je svakako pozitivan trend. Što se tiče sume darovane pojedincima i porodicama, ona je nakon prošlogodišnjeg pada u ponovnom porastu, dok se procenti poznate zabeležene darovane sume institucijama i lokalnim i nacionalnim vlastima umanjuju. Treba, međutim, imati u vidu da u određenom broju slučajeva pomoć koja je zapravo namenjena institucijama ili lokalnim i nacionalnim vlastima dolazi kroz neprofitne organizacije, tako da umanjeње procenta poznate darovane sume ovim primaocima ne znači nužno i umanjeње novčane podrške.

Ključne tačke

Redosled primalaca donacija u Srbiji je nepromenjen. Primarni primaoci su pojedinci/podrođice sa 40,4%, institucije sa 27,8%, neprofitne organizacije sa 26,2%, a lokalne/nacionalne vlasti sa 4,3%.

Kada je reč o procentu darovanog iznosa, prvo mesto, kao i u 2017. godini, zauzimaju neprofitne organizacije sa 54,3%, a prate ih institucije (27,6%), te pojedinci/podrođice i lokalne i nacionalne vlasti.

Spajajući podatke o institucijama i lokalnim, odnosno nacionalnim vlastima, dolazimo do udela akcija i novca koji je usmeren ka državi: procenat akcija je 32,1%, što je slično 2017. godini. Kada je u pitanju udeo u poznatoj zabeleženoj sumi, ove godine je taj procenat 33,3%, čime se nastavlja trend smanjenja procenta koji se daruje državi; podaci iz 2016. i 2017. ukazuju na to da je prosečan pad po godini oko 10%. Iako je registrovan pad, takođe treba imati u vidu da su, u nekim slučajevima, značajne sume novca koje se daruju kampanjama koje su pokrenule neprofitne organizacije zapravo date za podršku državnim institucijama (novac darovan za rekonstrukciju i/ili opremanje zdravstvenih i socijalnih institucija, ali usmeren preko računa neprofitnih organizacija, poput NURDOR-a ili Fonda B92). U tom smislu, procenat novca koji je zapravo darovan državi je veći od ovde zabeleženog, što je trend koji je naznačen i u protekloj godini.

Kao i ranije, prema procentu akcija neprofitne organizacije zauzimaju treće mesto. Međutim, ove godine je zabeležen ponovni porast u procentu poznate zabeležene darovane sume, što ukazuje, kao prvo, na to da su organizacije koje su darovane opravdale poverenje darodavaca, a kao drugo, da i same organizacije ulažu značajan trud u prikupljanje sredstava koja se dalje ulažu u zdravstvene, obrazovne, socijalne i druge opštekorisne svrhe. Veliki deo darovanog novca je fokusiran na desetak organizacija, među kojima prednjače privatne fondacije i domaće organizacije.

Neprofitne organizacije u 2018. godini

U grupu neprofitnih organizacija svrstavamo domaća udruženja građana, strane organizacije, kao što je na primer UNICEF, udruženja građana iz dijaspore, te privatne fondacije.

Nakon nekoliko godina rasta procenta akcija usmerenih ka neprofitnom sektoru, ove godine je taj procenat približno isti kao i 2017. godine, ali je nastavljen trend rasta procenta darovane sume (54,3%). Uspešne kampanje organizacija NURDOR, „Zajedno za život“, BELhospice, „Srbi za Srbe“, „Čep za hendikep“, Crveni krst Srbije i drugih zaslužne su za poboljšanje pozicije neprofitnog sektora iz godine u godinu. Mnoge od tih organizacija već duži niz godina primaju višestruke donacije, što ukazuje na to da su uspešno opravdale poverenje darodavaca.

U 2018. godini građani su, kroz masovna individualna davanja, ostali najaktivniji darodavci neprofitnim organizacijama (u čak 49,1% slučajeva). Sledi poslovni sektor, pre svega kompanije, ali i mala i srednja preduzeća. Poslovni sektor bio je darodavac u 26,4% akcija usmerenih ka neprofitnim organizacijama.

Teme koje su posredstvom neprofitnog sektora tokom godina najčešće podržavane bile su zdravstvo i podrška marginalizovanim grupama, a 2018. godina samo potvrđuje tu činjenicu. Međutim, ove godine je zdravstvo preuzelo primat, sa podrškom marginalizovanim grupama na drugom mestu, dok smanjenje siromaštva i obrazovanje slede po količini akcija. Krajnje korisničke grupe koje su podržane kroz rad neprofitnog sektora svakako i dalje ostaju zastupljene u velikom broju. Najzastupljenije su, kao i prethodne godine, osobe sa zdravstvenim problemima, osobe sa invaliditetom, ekonomski ugrožena populacija i populacija iz određenih lokalnih zajednica, ali i ljudi iz drugih zemalja, deca bez roditeljskog staranja, žene i deca koji su preživeli nasilje, osobe kojima je potrebna palijativna nega, deca i mladi u riziku i životinje.

U 2018. godini višestruke donacije primili su NURDOR (dobrim delom zahvaljujući velikoj akciji koja se svake godine organizuje u gradovima širom Srbije povodom Svetskog dana dece obolele od raka, 15. februara), zatim humanitarna organizacija „Zajedno za život“, koja je organizovala mnoštvo humanitarnih aukcija za pomoć lečenju dece, BELhospice, udruženje „Čep za hendikep“, koje beleži nekoliko humanitarnih akcija, ali i redovno prikuplja nemalu količinu čepova koji se recikliraju u cilju nabavke opreme za osobe sa invaliditetom. Intere-

santno je pomenuti i organizacije „Čepom do osmeha“ iz Novog Sada i „Parakvad VŠ“ iz Vršca, koje pomoću istog modela finansiranja (prikupljanja čepova za reciklažu) takođe pomažu osobama sa invaliditetom.

Kod privatnih fondacija se i dalje najčešće spominju Humanitarna fondacija „Budi human – Aleksandar Šapić“ (platforma preko koje se pomaže lečenje dece i odraslih, a koju prati ogroman broj kampanja), Fondacija „SOS Dečija sela Srbija“, Fondacija „Trojka iz bloka“, Fondacija „Podrži život“, Fond B92 i Fondacija „Ana i Vlade Divac“.

Partnerstva poslovnog i neprofitnog sektora

U 2018. godini ističemo primer Philip Morris Operations a.d. Niš za jedanaestogodišnje partnerstvo sa organizacijom Centar za razvoj liderstva iz Beograda u realizaciji programa „Pokreni se za budućnost“ i „Pokreni se za nauku“. Za ovu posvećenost Philip Morris Operations je zaslužen osvojio nagradu VIRTUS u kategoriji partnerstva između poslovnog i neprofitnog sektora. Tokom deset godina programa „Pokreni se za budućnost“ dodeljivane su stipendije, realizovani projekti od značaja za lokalnu zajednicu i obučavani mladi ljudi za bavljenje preduzetništvom. Program „Pokreni se za nauku“ od svog nastanka 2015. godine usmeren je na unapređenje nauke u Srbiji kroz ulaganja u naučna istraživanja u oblasti biomedicinskih i prirodnih nauka i poboljšanje uslova u kojima naučnici rade, i to nabavkom opreme i adaptacijom laboratorija.

Interesantan primer višegodišnjeg partnerstva je i saradnja između Zdravstvene ustanove Apoteka BENU i Centra za palijativno zbrinjavanje i palijativnu medicinu – BELhospice, koja je započeta 2016. godine. U 2018. zaposleni BENU apoteka učestvovali su u Beogradskom maratonu pod okriljem inicijative „BELhospice tim na Beogradskom maratonu.“ Svrha ove inicijative je uplaćivanje veće kotizacije u maratonu, od koje deo ide za samu registraciju trkača, a deo za podršku izgradnji Centra za palijativno zbrinjavanje. Ove godine je učešće zaposlenih BENU apoteka donelo iznos od oko 15.000 evra. Saradnja je takođe obeležena redovnim objavljivanjem aktivnosti centra BELhospice u magazinu koji izdaje BENU i distribuira u celoj mreži svojih apoteka.

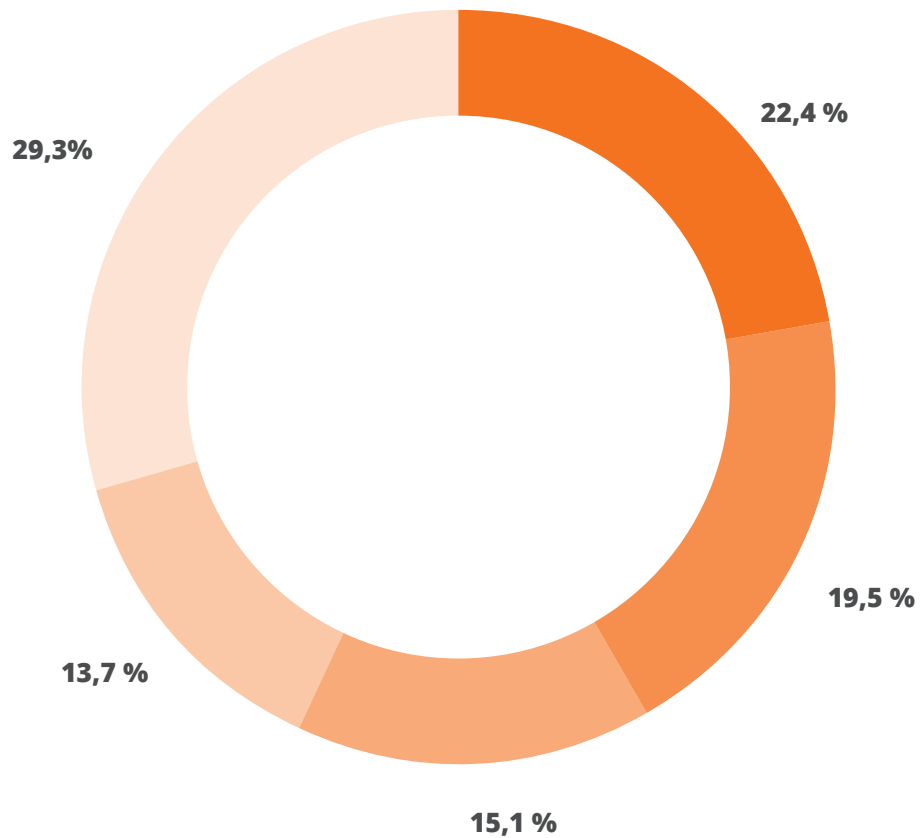
U 2018. godini su Fondacija Ana i Vlade Divac, IKEA Srbija i Mastercard Srbija organizovali zajednički konkurs pod imenom „Ja sam odvažna“ u cilju poboljšanja položaja preduzetnica u Srbiji. Programe koji su podržani u iznosu od 5 do 7 hiljada evra vode žene; ovi programi zapošljavaju barem 50% žena, a kroz ovaj konkurs će zaposliti još najmanje jednu ženu. Program će se nastaviti i očekuje se da će doprineti boljem položaju žena u preduzetništvu i na tržištu rada.

1.5.2 Kome donacije koriste?

Četiri najzastupljenije grupe korisnika u 2018. godini ostaju osobe sa zdravstvenim problemima, populacija iz određenih lokalnih zajednica, osobe sa invaliditetom i ekonomski ugroženi građani.

Kao i u prethodnim segmentima, u 2018. godini se nastavlja trend koji je postavljen u 2017. Osobe sa zdravstvenim problemima podržane su u sličnom procentu akcija kao i prošle godine, držeći i dalje prvo mesto po zastupljenosti. Interesovanje za podršku osobama sa invaliditetom i ekonomski ugroženim građanima takođe je zadržalo nivo iz prethodne godine, dok je procenat donacija koje su upućene ka populaciji lokalnih zajednica neznatno manji.

Ono što je važno istaći jeste da ove četiri kategorije zajedno i dalje zauzimaju udeo od preko 70% po broju akcija, što je takođe nastavak trenda iz 2017. godine.



- 22,4%** osobe sa zdravstvenim problemima
- 19,5%** populacija lokalnih zajednica
- 15,1%** osobe sa invaliditetom
- 13,7%** ekonomski ugroženi građani
- 29,3%** ostale grupe
 - 5-10 % jednoroditeljske porodice
 - 3-5 % talentovana deca i mladi, deca bez roditeljskog staranja, ljudi iz drugih zemalja
 - 1-3 % starija populacija, majke i novorođenčad, žene i deca koji su preživeli nasilje, opšta populacija, deca i mladi u riziku, životinje
 - 0-1 % beskućnici, populacija manjinskih zajednica, religijske zajednice, izbeglice i raseljena lica, osobe kojima je potrebna palijativna nega, migranti, nezaposleni

Druge kategorije su zastupljene u 29,3% akcija. Među njima najznačajniji udeo zauzimaju jednoroditeljske porodice, deca bez roditeljskog staranja i ljudi iz drugih zemalja. Došlo je do povećanja u udelu akcija usmerenih ka jednoroditeljskim porodicama, a jedan od razloga za

to jeste i značajan angažman „Humanitarnog mosta“ u okviru odbora Vesti. Ove godine je ponovo zabeležena pomoć ženama i deci žrtvama trgovine i eksploatacije, nakon perioda kada se ova korisnička grupa nije pojavljivala. Iako ne možemo sa sigurnošću utvrditi razlog iz kog se mali procenat akcija usmerava ka većem broju korisničkih grupa, verujemo da su među mogućim uzrocima percepcija darodavaca o potrebi za podrškom, navika darivanja određenim korisničkim grupama, ali i nedostatak „infrastrukture“, odnosno manji broj organizacija koje se njima bave, te njihova slabija komunikacija sa širom javnošću i potencijalnim darodavcima.

Broj akcija usmeren na različite korisničke grupe (u %)

	2016.		2017.		2018.
Osobe sa zdravstvenim problemima	17,2%	↗	23,3%	↔	22,4%
Ekonomski ugroženi	13,9%	↔	13,8%	↔	13,7%
Osobe sa invaliditetom	17,3%	↘	14,1%	↔	15,1%
Populacija određenih lokalnih zajednica	16,3%	↗	21,4%	↘	19,5%

Doprinosi lokalnoj zajednici

U 2018. godini CRH (Srbija) d.o.o. Popovac je dobitnik nagrade VIRTUS za program podrške lokalnim inicijativama u oblasti održivog razvoja, kulture, sporta i obrazovanja „Partnerstvo za budućnost“, koji se realizuje na teritoriji opštine Paraćin. Kompanija je tokom prethodne godine podržala i rekonstrukciju domskog odeljenja „Izvor“ i Dnevnog boravka za decu i omladinu sa smetnjama u razvoju u Paraćinu, sprovedla je program psihosocijalne podrške deci iz ugroženih enklava „Škola prijateljstva na Tari“, a za učenike iz susednih sela organizovala je besplatan prevoz u osnovnu školu tokom cele školske godine.

Ključne tačke

Osobe sa zdravstvenim problemima, populacija iz određenih lokalnih zajednica, osobe sa invaliditetom i ekonomski ugroženi građani su korisnici sredstava iz 70,7% akcija u 2018. godini.

Procenat akcija koji je usmeren na ostale korisničke grupe je ove godine za nekoliko procenata veći, ali i dalje ostaje na nivou ispod trećine svih zabeleženih akcija.

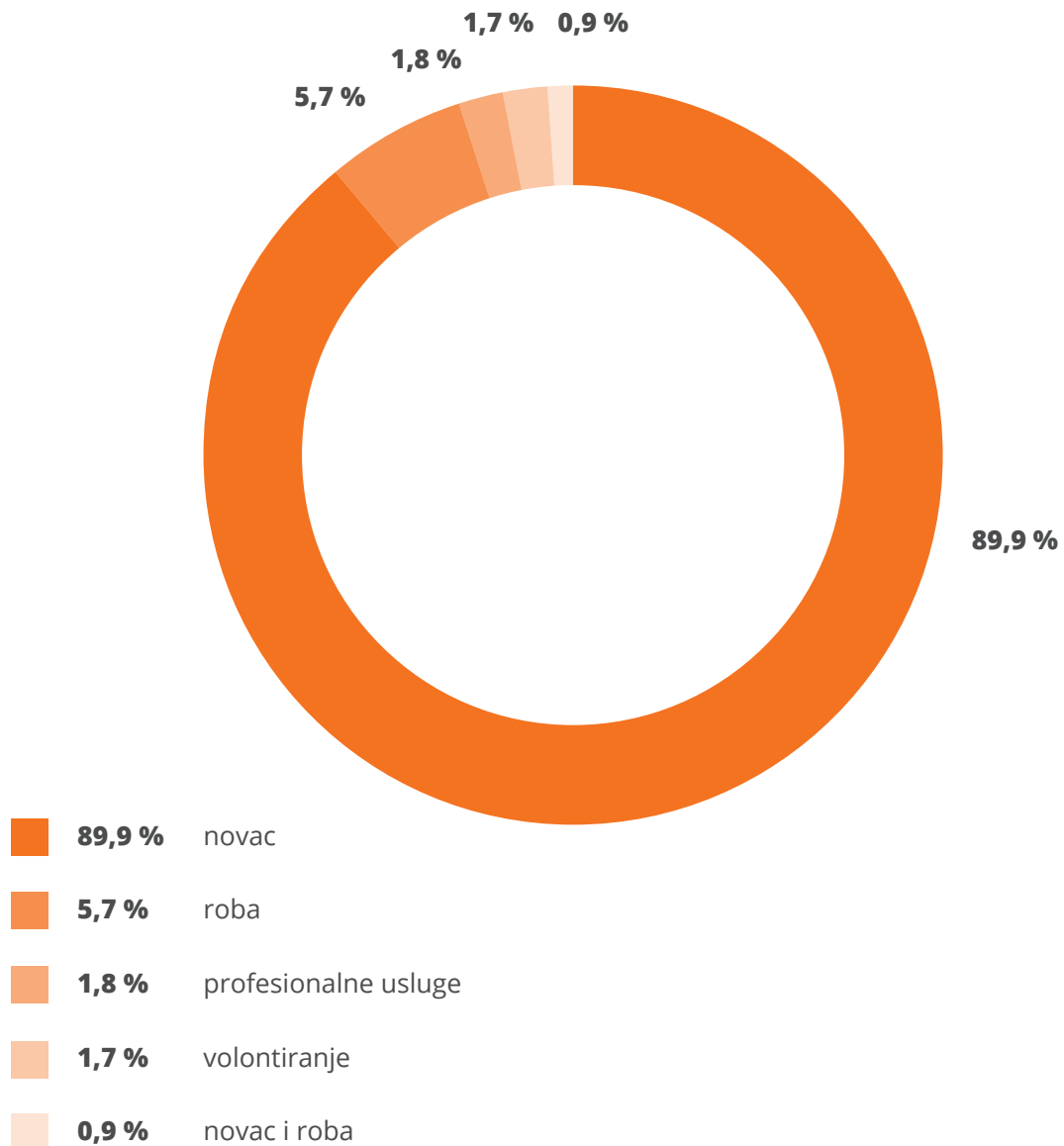
Imajući u vidu da se ova situacija ponavlja već nekoliko godina, svakako bi bilo važno podržati i pojačati promociju ostalih korisničkih grupa, kao i podršku organizacijama koje se njima bave da ojačaju infrastrukturu za davanje i komunikaciju sa širom javnošću.

Među „ostalim grupama“ interesantne kategorije ove godine su: jednoroditeljske porodice sa 5,6% udela po broju akcija; deca bez roditeljskog staranja sa 4,8%; ljudi koji žive u drugim zemljama (4,3%) i talentovana deca i mladi sa 3,0%.

Dijapazon korisničkih grupa ostaje praktično isti kao i u nekoliko prethodnih godina, s tim što su se među korisničkim grupama posle pauze ponovo pojavile žrtve trgovine ljudima. Ipak, stagnacija u zastupljenosti i dijapazonu grupa je svakako nešto na šta treba obratiti pažnju.

1.6 Kako se daruje u Srbiji?

1.6.1 Šta se daruje?



Donacije u novcu ostaju najdominantniji tip donacija u Srbiji, bez obzira na darodavca. Ove godine novčane donacije su date u 89,9% akcija, dok je raspodela za drugi tip darivanja sledeći: roba 5,7%, profesionalne usluge 1,8%, volontiranje 1,7%, a novac i roba (kao zajednička donacija) 0,9%. Ovi procenti su vrlo slični kao i prošle godine.

Kako se još daruje?

U okviru prve faze programa „Odgovorno u zajednici,” Vojvođanska banka je odabrala 24 finaliste konkursa na kome su predlagači projekata predstavili svoje ideje za edukativne programe. Procenjujući stepen doprinosa obrazovanju predlagača, Vojvođanska banka je

poklonila 150 računara autorima nagrađenih projekata, čime je doprinela unapređenju efektivnosti njihovog rada.

Ljubinka Vivčar iz Beograda je čitavog života bila posvećena brizi o životinjama i dobrovoljno se uključivala u akcije zbrinjavanja napuštenih životinja, uprkos tome što je vrlo skromno živela. Ljubinka je organizaciji ORCA testamentom zaveštala celokupnu svoju imovinu: stan od 35m² u Beogradu, koji je ORCA pretvorila u studentski dom za buduće stručnjake za zaštitu životinja i prirode. U njemu će tokom studija preko javnog poziva svoj dom naći dve studentkinje, a želja organizacije je da makar jedna od njih bude dete bez roditeljskog staranja. Sredstva za renoviranje stana organizacija je obezbedila kampanjom grupnog finansiranja putem interneta. Ljubinka Vivčar je dobitnica specijalne posthumne VIRTUS nagrade za doprinos zadužbinarstvu.

Mario Milaković iz Beograda od 2017. godine ulaže svoje vreme i energiju u realizaciju programa „Super Bake“. „Super Bake“ čine penzionerke koje se kroz organizovane aktivnosti pripreme domaćih kolača međusobno druže i na taj način izlaze iz seniorske socijalne izolacije. Prodajom kolača na lokalnim dešavanjima one ostvaruju i dodatne prihode uz svoje skromne penzije. Zahvaljujući Mariovom angažovanju tokom kampanje grupnog finansiranja preko interneta prikupljena su sredstva za osnovno opremanje radionice za izradu kolača koje „Super Bake“ koriste. Proizvodi iz radionice „Super Baka“ postaju sve traženiji, o čemu svedoči činjenica da je dešavanja na kojima su one učestvovala samo tokom prošle godine posetilo više od 200.000 ljudi i da je na njima prodato oko 2.000 porcija njihovih domaćih kolača. Mario je dobitnik specijalne VIRTUS nagrade za međugeneracijsko povezivanje.

Poklanjanje znanja

Marketinška agencija Leo Burnett Srbija donirala je svoj rad na veoma interesantan način. Povodom 18. maja zaposleni u agenciji u Beogradu obeležili su svetski dan žrtava porodičnog nasilja tako što su dizajnirali umetničku instalaciju koja prikazuje kako izgleda soba nakon jednog nasilnog ispada u porodici; instalaciju su potom postavili u prostorijama Kulturnog centra u Kruševcu. Cilj ovakve vrste obeležja bio je da podrži performans udruženja Peščanik, ali i da prikaže vidljive markere i posledice porodičnog nasilja kako bi se ostavio veći utisak na građane.

U organizaciji svog letnjeg „Kampa ljubavi i nade“ sa dugogodišnjom tradicijom NURDOR je ostvario saradnju sa više preduzeća i organizacija. Ove organizacije su, osim sredstava, primarno uložila profesionalne veštine, znanje i logističku pomoć kako bi kamp bio što uspešniji. U 2018. godini je, na primer, Klub ekstremnih sportova „Armadillo“ pomogao organizaciju sportskih aktivnosti, dok je preduzeće „Fudeks“ organizovalo prevoz dece. Sledeće godine se očekuje nastavak kampa i međusektorske saradnje.

Volontiranje

Ova godina je svakako bila obeležena volonterskim akcijama čišćenja javnih površina. Grupa UGRIP je uspešno nastavila održavanje Petrovaradinske tvrđave: kroz volontersku akciju u saradnji sa Novosađanima i volonterima udruženja 3D World očišćeno je preko 4 tone smeća. Svoj volonterski doprinos dali su i učenici Srednje škole u Velikom Gradištu čišćenjem Srebrnog Jezera u okviru akcije „Očistimo Dunav“, koja je prethodila muzičkom festivalu „Uranak“.

Ove godine je ponovo održana akcija „Naš Beograd“ pod okriljem Smart kolektiva i Foruma za odgovorno poslovanje. U inicijativi dekoracije dvorišta škola i vrtića, skupljanja smeća i

krečenja soba i fasada učestvovalo je preko 400 volontera, od kojih su veliki deo činili zaposleni kompanija i neprofitnih organizacija koje su članice Foruma). U ovoj desetoj jubilarnoj akciji za redom ulepšano je 12 lokacija širom Beograda. Na primer, zaposleni Eurobanke su očistili Veliko ratno ostrvo na reci Dunav.

Poslovni sektor je doprineo i drugim volonterskim akcijama. U jednom primeru, oko 230 zaposlenih u Erste Banci, članici Srpskog filantropskog foruma i Foruma za odgovorno poslovanje, učestvovalo je u čišćenju Nacionalnog parka Jegrička kod opštine Temerin. Drugi primer je tradicionalna inicijativa „Narandžastog dana” kompanije GSK Beograd, članice Srpskog Filantropskog Foruma. Zaposleni kompanije GSK svake godine dobijaju slobodan dan koji mogu da usmere na volonterske aktivnosti i pomoć neprofitnim organizacijama, a ove godine su svoj dan posvetili Udruženju osoba sa invaliditetom „Sve je moguće” kako bi prilagodili ulicu Miodraga Petrovića Čkalje za potrebe ovog udruženja. U okviru te inicijative donirali su i stolove, police i stolice.

Zimski praznici su takođe motivisali volonterizam zaposlenih u Credit Agricole banci. U okviru kampanje pod imenom „Zelena čarolija” 40 zaposlenih je svoje vreme doniralo Domu za decu bez roditeljskog staranja „Jefimija”, Školi za učenike oštećenog sluha u Kragujevcu, Dečjem selu „dr Milorad Pavlović” u Sremskoj Kamenici i Centru za zaštitu odojčadi, dece i omladine u Zvečanskoj. Volonteri su doneli novogodišnju jelku koju su okitili zajedno sa decom i time obeležili zimske praznike.

Ključne tačke

Najviše se daruje novac, koji ove, kao i svake godine, čini veliku većinu u odnosu na druge tipove donacija (89,9%). Ove godine je nešto manji procenat darova u robi (5,7%) nego u protekle dve godine, a profesionalne usluge su ostale na približno istom nivou.

Građani najčešće daruju novac (94,2%), dok su robu donirali u 2,4% slučajeva, a volontirali su u 2,6% akcija. Poslovni sektor takođe najčešće daruje novac (77%), ali i robu i profesionalne usluge.

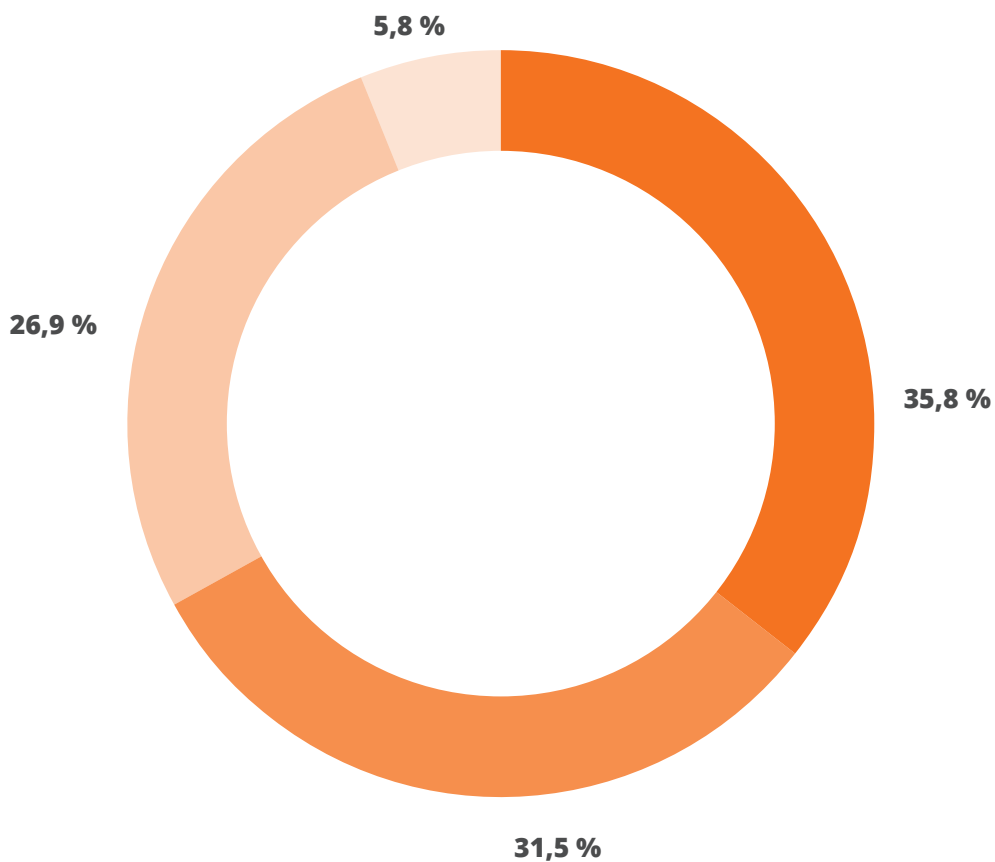
Iako je zabeleženi procenat volonterskih akcija mali, verujemo da je volontiranje prisutnije nego što ga mediji beleže. Ovde svakako treba pomenuti da na mali broj zabeleženih i promovisanih volonterskih akcija svakako utiče nepovoljan pravni okvir za volontiranje, koji uključuje dosta administrativno komplikovan pristup, kako za organizacije i aktere koji organizuju volontiranje, tako i za same volontere.

1.6.2 Način davanja

Načini davanja su zbog lakše analize podeljeni u četiri glavne kategorije: kampanje kao odgovori na pozive za donacije, direktne donacije (gde darodavac bira partnera direktno), davanje na događajima i objave poziva za donacije, odnosno konkursi.

Za razliku od tipa donacije, načini davanja su relativno slično raspoređeni na tri kategorije: direktne donacije zauzimaju 35,8% udela, događaji 31,5%, a kampanje 26,9%. Donacije dodeljene putem konkursa su još uvek najmalobrojnije, sa 5,8%.

Načini davanja (% akcija)



- 35,8 %** direktne donacije
- 31,5 %** događaji
- 26,9%** kampanje/apeli
- 5,8 %** konkursi

Načini davanja (u %)

	2016.		2017.		2018.
Direktne donacije	35,5%	↓	34,4%	↗	35,8%
Kampanje/apeli	32,5%	↓	30,8%	↓	26,9%
Događaji	27,5%	~	28,2%	↗	31,5%
Konkursi	4,5%	↗	6,6%	~	5,8%

Ključne tačke

Iako su direktne donacije još od 2014. godine sve manje zastupljene, u 2018. je taj trend prekinut sa malim rastom od 1,4% u odnosu na 2017. godinu. Novac koji je darovan preko kampanja i apela je manji za 3,9%, dok je procenat događaja malo veći nego u prošloj godini.

Rast procenta donacija darovanih putem konkursa je takođe prekinut ove godine, doduše sa veoma malim procentom opadanja. Konkurse objavljuju poslovni sektor i fondacije. Treba naznačiti da mediji i dalje konkurse retko označavaju kao filantropiju, a posebno one koje objavljuju fondacije.

Načini davanja se nisu značajno promenili u odnosu na prethodne godine, ali su trendovi rasta zastupljenosti konkursa i pada zastupljenosti direktnih donacija prekinuti. Naredne godine će pokazati da li je 2018. početak kretanja ovih trendova u suprotnom smeru.

Darivanje kroz konkurse

Svake godine korporacija Delta Holding i Delta Fondacija doprinose razvijanju socijalnog preduzetništva kroz podršku poljoprivrednim gazdinstvima neprofitnog tipa. Program „Zasad za budućnost” se realizuje od 2015. godine i kroz njega su do sada podržana 94 projekta, kao i 12 organizacija. I ove godine, u saradnji sa Trag fondacijom, kroz finansiranje i pomoć u realizaciji projekata, podržano je u radu nekoliko organizacija koje za cilj imaju obezbeđivanje samoodrživosti i kontinuiteta svojih socijalnih programa usmerenih na pomoć osobama sa invaliditetom i ekonomski ugroženoj populaciji. Sredstva za održavanje poljoprivrednih gazdinstava (konkretnije, zasada voća i povrća), proizvodnju sekundarnih voćarskih i povrtarskih proizvoda, kao i svinjogojstvo, dobili su Udruženje za lokalni razvoj Kamenica, koje se bavi razvojem siromašnih zajednica na jugu Srbije, Dom Crvenog krsta Smederevo, humanitarna organizacija „Caritas” u Šapcu, koja pomaže MNRO, i Konjički klub Arandjelovac, koji organizuje aktivnosti za mlade, socijalno marginalizovane i osobe sa invaliditetom.

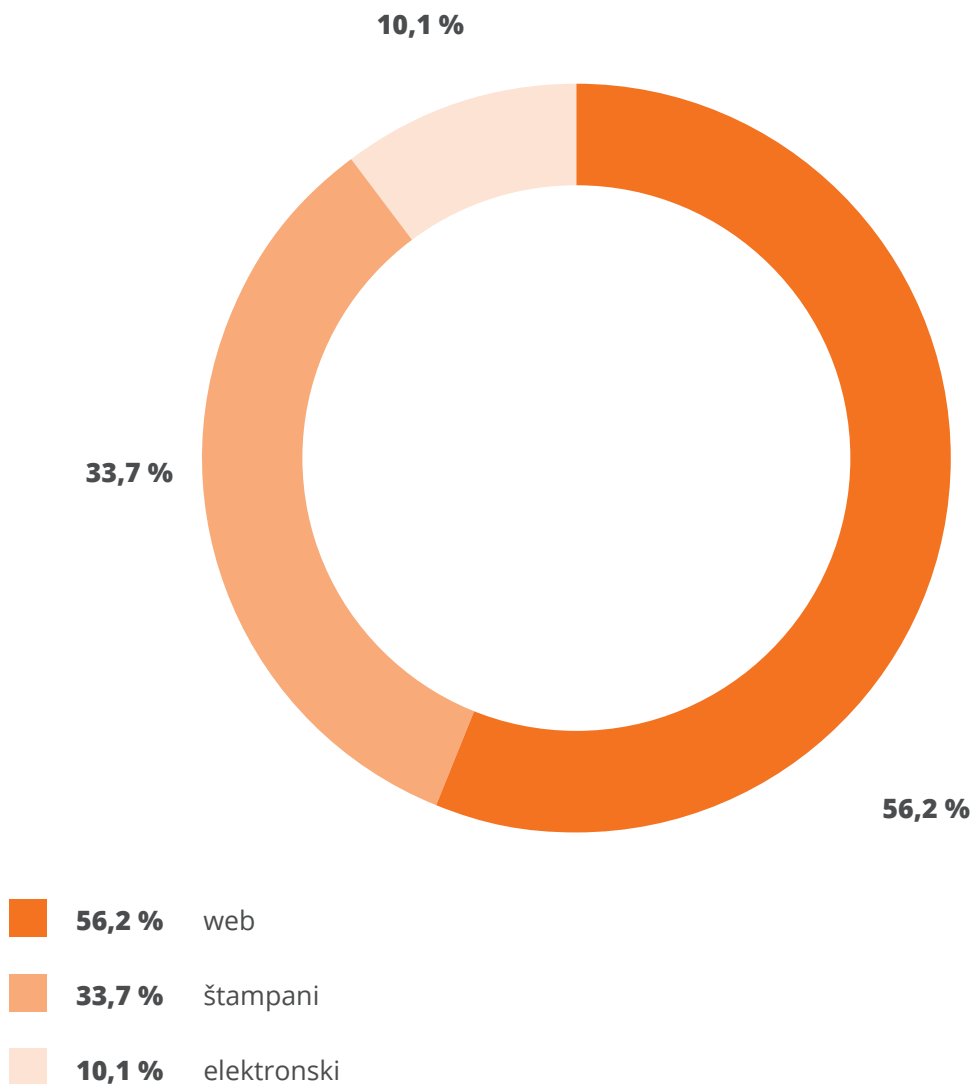
Sličan vid saradnje sa neprofitnim sektorom ostvaruje i Carlsberg i Dunderski Fondacija u Čelarevu organizujući konkurse za očuvanje kulturne baštine, takođe od 2015. godine. U ukupnom iznosu od 42.433 evra ova fondacija korporativnog tipa podržala je projekte kulture, nasleđa, sporta i ekologije kroz dodelu donacija udruženjima kao što su KUD „Petar Kočić”, udruženje „ČIB”, Opštinsko društvo za pomoć MNRO Bačka Palanka, Udruženje afirmacije tradicije omladine i sporta, i Eko Teatar za decu i omladinu.

Podrška projektima se ostvaruje i u Kosjeriću zahvaljujući donacijama kompanije TITAN Cementara Kosjerić, takođe kroz konkurse koji su uspostavljeni 2013. godine. U 2018. kompanija je donirala 40 hiljada evra sportskim klubovima, a u okviru konkursa „Za moj Kosjerić” donirala je po 20 hiljada evra Pozorišnom kutku Udruženja učitelja u Kosjeriću i projektu „Znanje protiv bolesti zavisnosti” udruženja volontera SOS-KOS.

Na kraju, kao članica Foruma za odgovorno poslovanje, Erste Banka je u saradnji sa Trag fondacijom nastavila svoj program finansiranja projekata mladih za unapređenje lokalne zajednice „Superste”. Ove godine je preko konkursa podržano 11 društveno odgovornih inicijativa u ukupnom iznosu od preko 43 hiljade evra. Projekti uključuju uspostavljanje prvog „Muzeja plesa” u Beogradu, kreativnu restauraciju i prodaju starih i neupotrebljivih bicikala pod nazivom „Biciklom do osmeha”, održavanje 300 besplatnih edukativnih radionica o ekologiji širom Srbije („Avantura zelembaća”) i slično.

1.6.3 Medijska pokrivenost

Tip medija



Nakon što su onlajn mediji po nivou zastupljenosti zamenili štampane medije u 2017. godini, 2018. godina taj novopostavljeni trend nastavlja u još većem intenzitetu. Ove godine su 56,2% objave o filantropiji u Srbiji došle iz „veb“ izvora, 33,7% iz štampanih, a 10,1% iz elektronskih medija. U odnosu na prošlogodišnju ravnomerniju raspodelu između štampanih i onlajn medija (gde je razlika bila 4,8%), ovogodišnja podela uključuje razliku od čak 22,5%.

Teritorijalna pokrivenost medija govori više o tome koliko se određene akcije „daleko čuju“. Mediji koji imaju nacionalnu pokrivenost zastupljeni su u 76,8% svih akcija u 2018, što je norma većinske zastupljenosti koja se potvrđuje iz godine u godinu. Lokalni mediji ove godine imaju udeo od 12%, dok mediji koji pokrivaju regione unutar Srbije zauzimaju 7,8% udela u objavljenim akcijama. Kao poslednja kategorija, regionalni mediji, odnosno mediji koji pokrivaju delove Balkana koji uključuju i Srbiju, nose samo 3,4% udela u objavljenim akcijama, što je blagi pad u odnosu na prethodne godine.

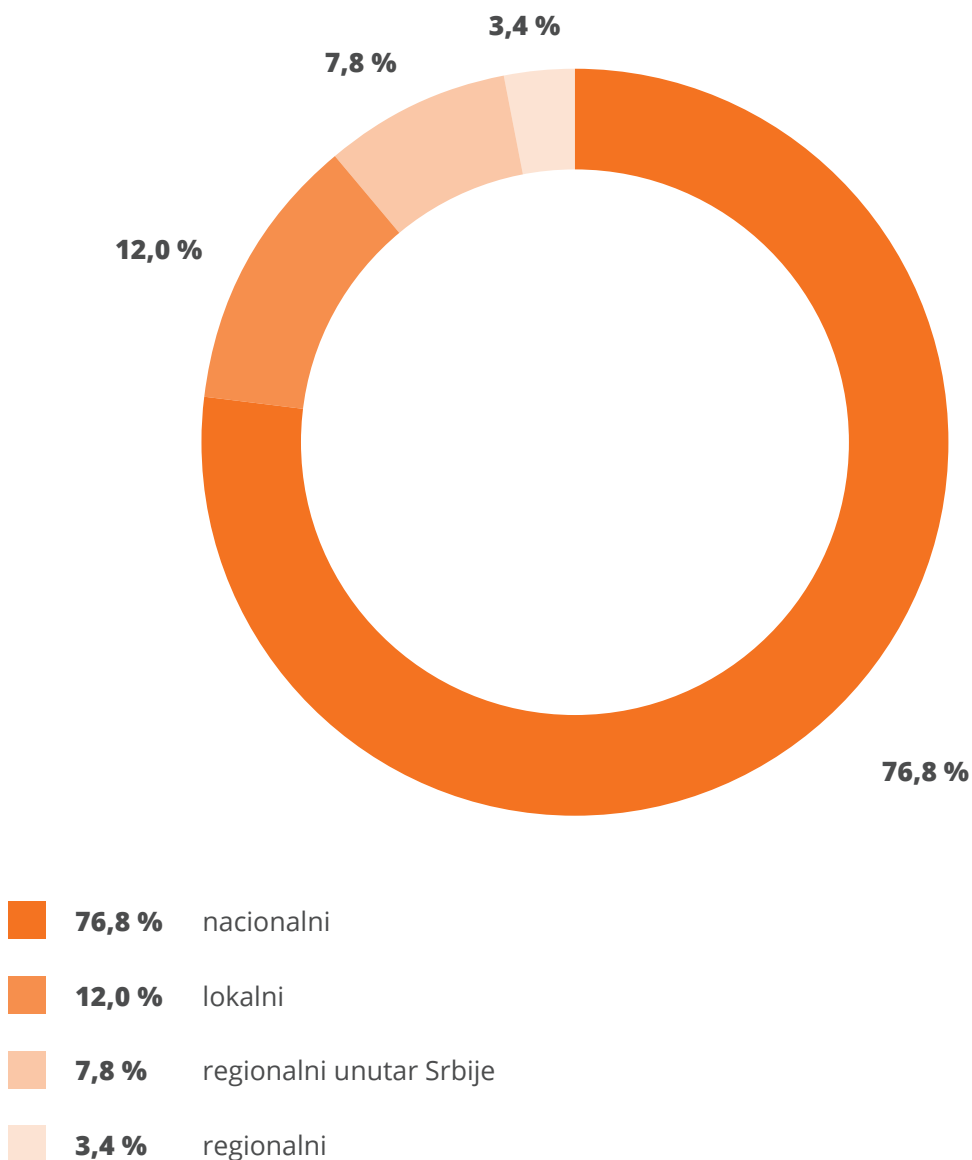
Mediji iz drugih zemalja takođe izveštavaju o darivanju u Srbiji. Ove godine su strani mediji bili registrovani u više od 2% slučajeva, što je i dalje interesantan faktor, koji će se pratiti i u narednim godinama.

Tokom 2018. godine o davanju za opšte dobro u Srbiji su izveštavala ukupno 574 jedin-stvena medija. Od toga, najveći je broj onlajn medija (396), zatim štampanih (139) i na kraju elektronskih medija (39 medijskih kuća).

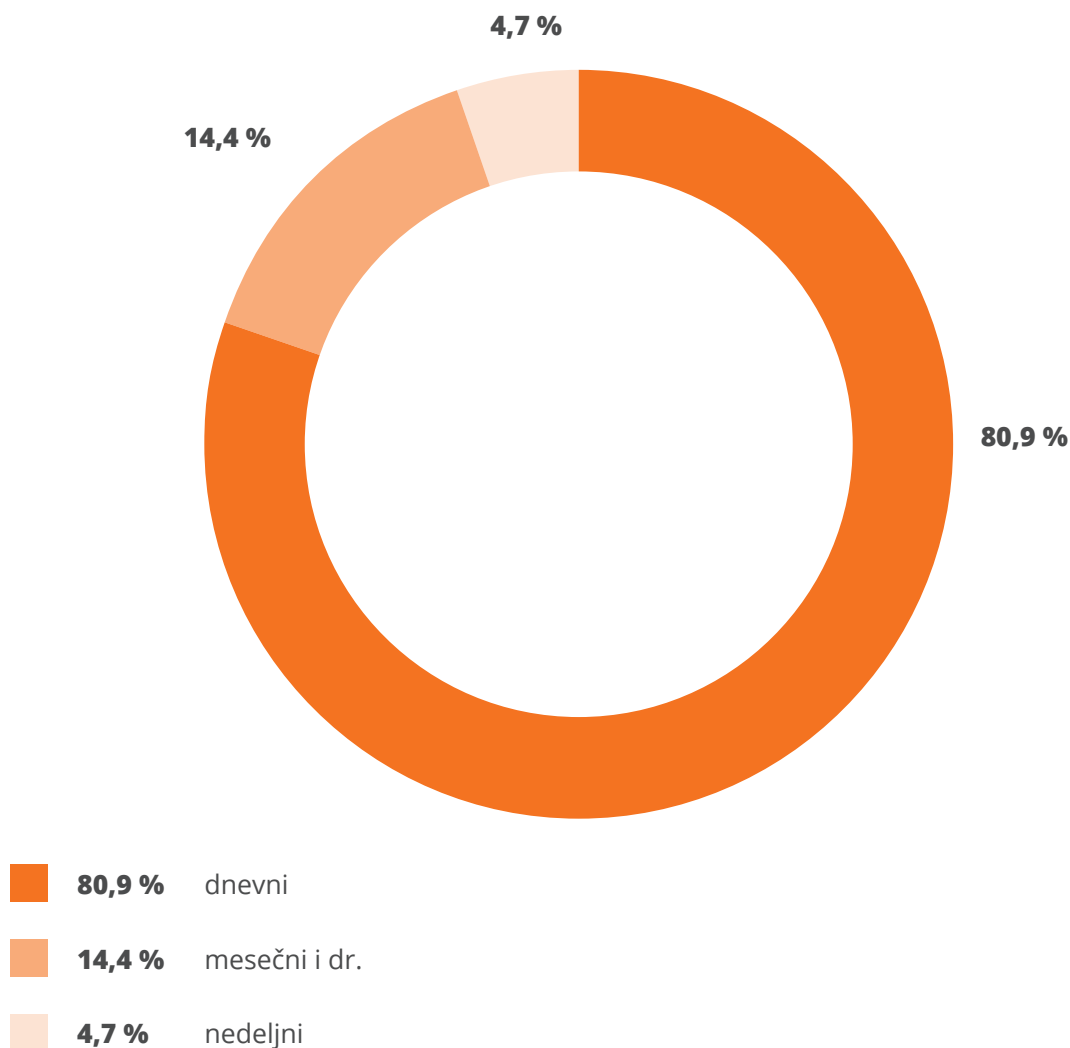
Po broju izveštaja, od elektronskih medija ponovo se ističu se Radio Televizija Srbije i RTV Studio B, dok su Radio Beograd i Prva televizija plasirali više izveštaja nego prethodnih godina. Najzastupljeniji onlajn mediji su i ove godine Blic.rs i Novosti.rs, dok Vesti-online.com plasiraju vesti i o „Humanitarnom mostu” i o drugim akcijama. Na kraju, u okviru štampanih medija, vesti o filantropiji su najzastupljenije u listovima Dnevnik Srbija, Vesti – Frankfurt i Večernje novosti.

Pozicija i dužina priloga ukazuje na to kolika se važnost pridaje davanju za opšte dobro. U štampanim medijima filantropija se uglavnom (preko 60%) spominje od 10. strane nadalje. U skoro četvrtini slučajeva (23,6%) objave se nalaze između 6. i 10. strane, dok se u samo 12,8%

Mediji – pokrivenost



Vremenski period



slučaja izveštaji objavljuju u okviru prvih pet strana. Kod elektronskih medija najveći broj priloga (87,3%) prikaže se pre 19h, dok se samo 12,7% prikaže u periodu nakon 19h, kada je gledanost najveća. Iako je ove godine transparentnost darovanih suma u medijima veća, ovogodišnji podaci su vrlo slični podacima iz prethodnih godina, čime se pokazuje da su izveštaji i dalje delimično nepotpuni, odnosno da ne sadrže sve neophodne informacije o akcijama.

Podjednako je indikativna i dužina izveštaja, odnosno priloga. U 74,7% slučajeva plasiraju se „manji“ izveštaji (do četvrtine strane), što je čak i veći procenat u odnosu na prethodnu godinu.

Uprkos povećanju transparentnosti darovanih suma, izveštaji/prilozi su i dalje često nepotpuni, kratki i nestandardizovani, barem kad su u pitanju informacije o donacijama, korisnicima i darodavcima.

Bez obzira na to, kada je reč o izveštavanju o davanju za opšte dobro, mediji u Srbiji su najaktivniji u regionu. Srpski mediji takođe ostaju najaktivniji u preuzimanju aktivne uloge, odnosno pokretanju akcija i kampanja ili organizovanju događaja, dok su fondacije koje su pokrenuli mediji i dalje veoma aktivne. Tako posmatrano, mediji u Srbiji nastavljaju da se pojavljuju i u ulozi darodavaca, odnosno „posrednika“ u dobrotvornim akcijama, te tako i direktno doprinose jačanju dobrotvornog davanja.

Kada je reč o transparentnosti i objavljivanju darovanih suma, ove godine je nivo 46,1%, što je u odnosu na 2017. godinu uvećanje od skoro 10%. To potvrđuje i učvršćuje trend najveće transparentnosti, koji Srbija postavlja u odnosu na region.

Ono što je negativna promena u odnosu na proteklu godinu jeste procenat objava sa negativnom konotacijom kada je u pitanju filantropija. U 2018. godini zabeleženo je čak 3,1% negativnih objava koje su dovodile u sumnju upotrebu darovanog novca. U 2017. godini je udeo bio dosta manji (0,7%), kao i u 2016. (1%).

Ključne tačke

Zastupljenost onlajn medija u odnosu na štampane medije uvećana je i učvršćena sa odnosom od 56,2% prema 33,7%, čime se potvrdilo da ova promena prerasta u trend.

Nacionalni mediji su i dalje zastupljeni u velikom broju slučajeva (76,8%), dok su lokalni mediji ove godine druga najzastupljenija kategorija kad su u pitanju medijski objavljene akcije.

Trendovi u pogledu dužine, pozicije i vremena objava i priloga nastavljaju se iz godine u godinu, dajući indikacije o nepromenjenoj poziciji objava o davanju za opšte dobro u odnosu na druge vesti, i to kod svih medija u Srbiji. To znači da se filantropija još uvek ne kotira kao tema od značajnog interesa.

Iako u politici pozicioniranja objava o filantropiji nema pomaka, mediji u Srbiji su i dalje aktivni u regionu po pitanju prenošenja priloga i preuzimanja aktivne uloge u filantropiji u Srbiji.

Transparentnost sume, odnosno učestalost medijskog objavljivanja darovane sume u okviru opštih informacija u priložima, skočila je u 2018. godini na 46,1% sa 36,9% iz 2017. godine, što potvrđuje spor, ali pozitivan rast iz prethodnih godina.

2

Prilozi

2.1 Metodologija

Metodologija ovog istraživanja je neizbežno uslovljena mogućim načinima prikupljanja podataka. Iz dostupnih istraživanja u svetu pokazuje se da je jedini potpuno pouzdani izvor informacija o nivou davanja u dobrotvorne svrhe – poreska služba. Iz više razloga ovaj način, međutim, nije moguće primeniti ni u jednoj zemlji Zapadnog Balkana.

Kao što je ranije navedeno, Katalist se opredelio za alternativne načine prikupljanja podataka, koristeći pre svega medije, a zatim i ostale dostupne izvore podataka. Konkretno, podaci u ovom izveštaju su prikupljeni kroz praćenje medija na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou, a bili su uključeni elektronski, štampani i onlajn mediji u periodu od 1. januara do 31. decembra 2018. godine.

Postoje tri ključna ograničenja u ovoj metodologiji. Prvo, na ovaj način se ne mogu dobiti sveobuhvatni podaci jer mediji ne mogu pratiti sve dobrotvorne akcije i davanja. Drugo, izveštaji iz medija često ne navode sve podatke koji su važni za praćenje razvoja davanja za opšte dobro (najčešće se ne navodi suma novca koja je data i prikupljena). Treće potencijalno ograničenje jeste pitanje verodostojnosti podataka koji se navode u medijima.

Prvo ograničenje u ovom trenutku nije moguće prevazići. Što se tiče drugog i trećeg ograničenja, Katalist ih prevazilazi tako što ukršta podatke iz različitih medija¹, a zatim radi i dodatna istraživanja, odnosno proverava izveštaje kompanija i neprofitnih organizacija (ukoliko su oni objavljeni). Bez obzira na ograničenja, kojih smo svesni, smatramo da postoje dva razloga koja opravdavaju naše analize:

- Dobijene brojke, iako nisu sveobuhvatne, daju minimume relevantnih pokazatelja. Tako, ako govorimo o broju dobrotvornih akcija, možemo sa sigurnošću tvrditi da broj koji mi prikazujemo predstavlja minimalni broj akcija, jer su se one sigurno desile, kao i to da je pravi broj sigurno veći. Slično je i sa sumama novca, akterima i dr. Dakle, ovi podaci se mogu koristiti kao pokazatelji minimalnog stepena razvoja davanja za opšte dobro u određenoj zemlji.

- Kontinuirano praćenje će ukazati na rast i/ili pad u procentima i promene podataka na koje se odnose naši definisani pokazatelji. U tom smislu, kontinuirano praćenje kroz godine ukazuje na trendove razvoja davanja za opšte dobro, kao i na trendove u medijskim prikazima.

Katalist će u budućnosti usavršavati ovu metodologiju. Takođe, Katalist planira da uspostavi kontakte sa državnim službama (poreska služba, kancelarije koje raspolažu relevantnim statističkim podacima) kojima želimo da ukažemo na važnost ovih podataka. Pored toga, želimo da sa njima razmotrimo načine na koje bismo mogli da povećamo broj verodostojnih izvora podataka. U sadašnjim uslovima smatramo da korišćena metodologija omogućava preliminarni uvid u stanje u oblasti davanja za opšte dobro u Srbiji.

¹ Različiti mediji vrlo često izveštavaju o istim donacijama, te se upoređivanjem podataka iz više medijskih izveštaja dobijaju tačniji i potpuniji podaci.

2.1.1 Faktori i pokazatelji koji ukazuju na stepen razvijenosti filantropije

U situaciji u kojoj ne postoje kontinuirano praćenje i precizni podaci teško je procenjivati opšti stepen razvijenosti davanja za opšte dobro. Katalist je stoga kreirao početnu listu faktora koji mogu ukazati na različite aspekte davanja. To su: 1) akcije/inicijative za dobrotvorna davanja; 2) metode prikupljanja novca; 3) namena davanja; 4) primaoci donacija i krajnji korisnici²; 5) darodavci; 6) akteri³; 7) medijska pokrivenost.

Da bi prikupljeni podaci omogućili komparativne analize (kako među zemljama, tako i u jednoj zemlji tokom više godina) na osnovu identifikovanih faktora, bilo je neophodno definisati kvantitativne i kvalitativne pokazatelje za svaki od faktora. Korišćeni pokazatelji dati su u sledećoj tabeli.

Faktor	Pokazatelj (posmatrani vremenski period – godinu dana)
akcije za dobrotvorna davanja	-broj različitih akcija za dobrotvorna davanja tokom jedne godine -geografska raspodela (% akcija po regionima u odnosu na ukupan broj akcija) -% akcija u kojima se davao novac u odnosu na ukupan broj akcija -% akcija u kojima su se davali roba/usluge u odnosu na ukupan broj akcija
metode prikupljanja novca	-različite grupe (tipovi) metoda za prikupljanje novca -% zastupljenosti različitih metoda -pojava novih metoda za prikupljanje novca
namena akcija za dobrotvorno davanje	-namene za koje se podrška prikuplja -broj (%) akcija po svakoj od namena -pojava novih namena -upotreba donacija po nameni
primaoci donacija i krajnji korisnici	-tipovi primalaca donacija -broj akcija u kojima su primaoci iz državnog sektora (% u odnosu na ukupan broj) -broj akcija u kojima su primaoci iz civilnog sektora (% u odnosu na ukupan broj) -broj akcija u kojima su primaoci iz drugih grupa (% u odnosu na ukupan broj) -tipovi krajnjih korisnika

² Iako se ove dve kategorije mogu činiti istim, one se u praksi vrlo često razlikuju. Primaoci donacija su obično registrovana pravna lica (institucije, neprofitne organizacije, lokalne vlasti i sl.) koja traže podršku za neku svrhu; primaoci takođe mogu biti pojedinci, odnosno porodice. Krajnji korisnici, sa druge strane, mogu biti vrlo različite grupacije za čiju se dobrobit podrška traži. Tako, na primer, ako je primalac donacije lokalna bolnica, krajnji korisnici su građani te lokalne zajednice. Ako je primalac donacije škola, krajnji korisnici su deca/mladi određenog uzrasta koji tu školu pohađaju. Ako je primalac donacije neprofitna organizacija koja radi sa osobama sa invaliditetom, krajnji korisnici su građani koji su osobe sa invaliditetom itd. Uvid u to ko prima donacije pokazuje percepciju javnosti o tome ko „zaslužuje“ podršku i kome se veruje. Dijapazon krajnjih korisnika nam pokazuje koje grupacije javnost smatra ugroženim (na bilo koji način), a tokom vremena će nam pokazati i koliko se svest javnosti o ovom pitanju menja.

³ Pod akterima podrazumevamo ne samo darodavce, već i one koji pozivaju na davanje pomoći, kao i one koji se na bilo koji način uključuju u temu davanja za opšte dobro. Iskustvo govori da povećanje broja aktera doprinosi tome da se u javnosti razvije svest o važnosti i ulozi dobrotvornog davanja u društvu.

	<ul style="list-style-type: none"> -broj akcija usmerenih na različite grupe krajnjih korisnika (% u odnosu na ukupan broj akcija) -pojava i broj novih grupa krajnjih korisnika
darodavci	<ul style="list-style-type: none"> -broj akcija prema tipu darodavca (% u odnosu na ukupan broj akcija) -broj akcija po različitim primaocima prema tipu darodavca -broj akcija po nameni prema tipu darodavca -broj akcija po korisničkim grupama prema tipu darodavca
sume date u dobrotvorne svrhe	<ul style="list-style-type: none"> -ukupna suma data u dobrotvorne svrhe -% akcija u kojima je poznata donirana suma (u odnosu na ukupan broj) -% darovane sume prema tipu darodavaca -% darovane sume prema tipu primaoca -% darovane sume prema nameni
akteri	<ul style="list-style-type: none"> -tip i broj različitih aktera -pojava novih aktera
mediji	<ul style="list-style-type: none"> -ukupan broj medijskih izveštaja -broj (%) medijskih izveštaja prema tipu medija -broj (%) izveštaja prema teritoriji pokrivanja (nacionalni, subregionalni, lokalni) -broj izveštaja koji su tretirani kao važni prema tipu medija (štampani, elektronski)

Verovatno će se tokom ovog istraživanja – koje će, nadamo se, trajati više godina – neki od ovih faktora promeniti i izoštriti, a moguće je i uočavanje novih faktora. U ovom trenutku navedeni faktori nam svakako daju solidnu polaznu osnovu za utvrđivanje stanja u pogledu davanja za opšte dobro u svakoj od zemalja koje se prate.

2.2. Promene u pravno-fiskalnom okviru

Tokom 2018. godine nije bilo promena u pravno-fiskalnom okviru za davanje u Srbiji, ali je na inicijativu Koalicije za dobročinstvo osnovan Savet za filantropiju pri kabinetu predsednice Vlade Republike Srbije, koji za cilj ima unapređenje zakonodavnog okvira za davanje. Predlog Koalicije za osnivanje Saveta sadrži i agendu koja obuhvata tri oblasti u kojima je potrebno promeniti zakone da bismo razvili kulturu davanja:

- poreska politika,
- izveštavanje i transparentnost, i
- volontiranje.

Agenda je sastavljena na osnovu ranije analize zakonskog okvira i podataka iz istraživanja, potvrđena je Belom knjigom filantropije, koju je za potrebe Koalicije izradio dr Dragan Golubović, stalni član Saveta eksperata za neprofitno pravo Saveta Evrope (Expert Council on NGO Law). Dr Golubović kao najveće prepreke u pravno-fiskalnom okviru za razvoj dobročinstva navodi:

Zakon o porezu na dobit pravnih lica

- Restriktivno definisana i iscrpna lista oblasti od javnog interesa koji nije usaglašena sa zakonima koji uređuju rad neprofitnih organizacija (Zakon o udruženjima, Zakon o fondacijama i zadužbinama, Zakon o donacijama i humanitarnoj pomoći, Zakon o porezima na imovinu);
- Davanja u nepokretnosti se ne priznaju kao poreski rashod;
- Nejasan poreski status davanja u obliku institucionalnog granta i davanja za osnovnu imovinu zadužbine koja deluje u oblastima od javnog interesa;
- Prilikom podnošenja poreske prijave od privrednih društava i srednjih i malih preduzeća se traži da dostave dokaz da su opredelili sredstva za namene, ali i dokaz da je primalac donacije donirana sredstva upotrebio na propisani (ugovoreni) način.

Zakon o porezima na imovinu

- Nejasan poreski status poklona u obliku institucionalnog granta neprofitnim organizacijama koje deluju u opštekorisne svrhe;
- Nejasan poreski status dela poklona koji se koristi za pokriće administrativnih troškova neprofitnih organizacija koje deluju u opštekorisne svrhe;
- Nejasan poreski status donacije u novcu koja se prenosi u naredno poresko razdoblje, u slučaju kada ovo pitanje nije uređeno ugovorom o donaciji.

Zakon o porezu na dodatu vrednost

- Donacije pravnih lica u robi i uslugama (od kojih su najčešće donacije u hrani, na pr. narodnim kuhinjama) nisu izuzete od plaćanja PDV-a na tu robu i usluge.

Zakon o porezu na dohodak građana

- Nema poreskih povlastica za davanja fizičkih lica koja su poreski obveznici (uključujući i preduzetnike).

Stipendije

- Zakon o porezu na dohodak građana predviđa relativno nizak neoporezivi iznos stipendija u iznosu od 11.511 RSD, ukoliko se one dodeljuju na mesečnom nivou, tako da za veliki broj studenata i učenika donatori plaćaju poreze na stipendije. Povećanjem neoporezive osnovice bi se smanjili troškovi (koje snose donatori trenutno) i stvorile mogućnosti za porast stipendija, ali i porast broja stipendiranih učenika i studenata.

Zakon o volontiranju

- Zakon tretira volontiranje kao ekstenziju radno-pravnog odnosa, umesto kao dobrovoljnu inicijativu građana;
- Neopravdano visoki troškovi primene Zakona za organizatore volontiranja, uključujući plaćanje obaveznog zdravstvenog i penzionog osiguranja za volontere;
- Pojedine odredbe u suprotnosti sa članom 11. Evropske konvencije o ljudskim pravima, kada je reč o udruženjima organizatorima volonterskih aktivnosti;
- Odredbe o prekršajima u suprotnosti sa međunarodnim standardima koji uređuju pitanje sankcija za neprofitne organizacije.

Predstavnici Koalicije u Savetu trenutno rade na *cost-benefit* analizama izmena navedenih zakona, a u 2019. se formiraju tri radne grupe i jedno radno telo u okviru Saveta, koje će izraditi predloge promena zakona:

- Radna grupa za unapređenje pravnog i fiskalnog okvira za davanje za opšte dobro od strane pravnih lica i unapređenje implementacije postojećih zakonskih mehanizama,
- Radna grupa za unapređenje zakonskog okvira za doniranje viška hrane,
- Radna grupa za stvaranje stimulativnog okruženja za davanje u opštekorisne svrhe od strane pojedinaca,
- Radno telo za definisanje kriterijuma za oslobađanje pojedinačnih donacija od PDV-a.

