



USAID
OD AMERIČKOG NARODA



°catalyst



SRBIJA DARUJE NEPROFITNOM SEKTORU

Izveštaj za 2018. godinu

Glavni nalazi
oktobar 2019.



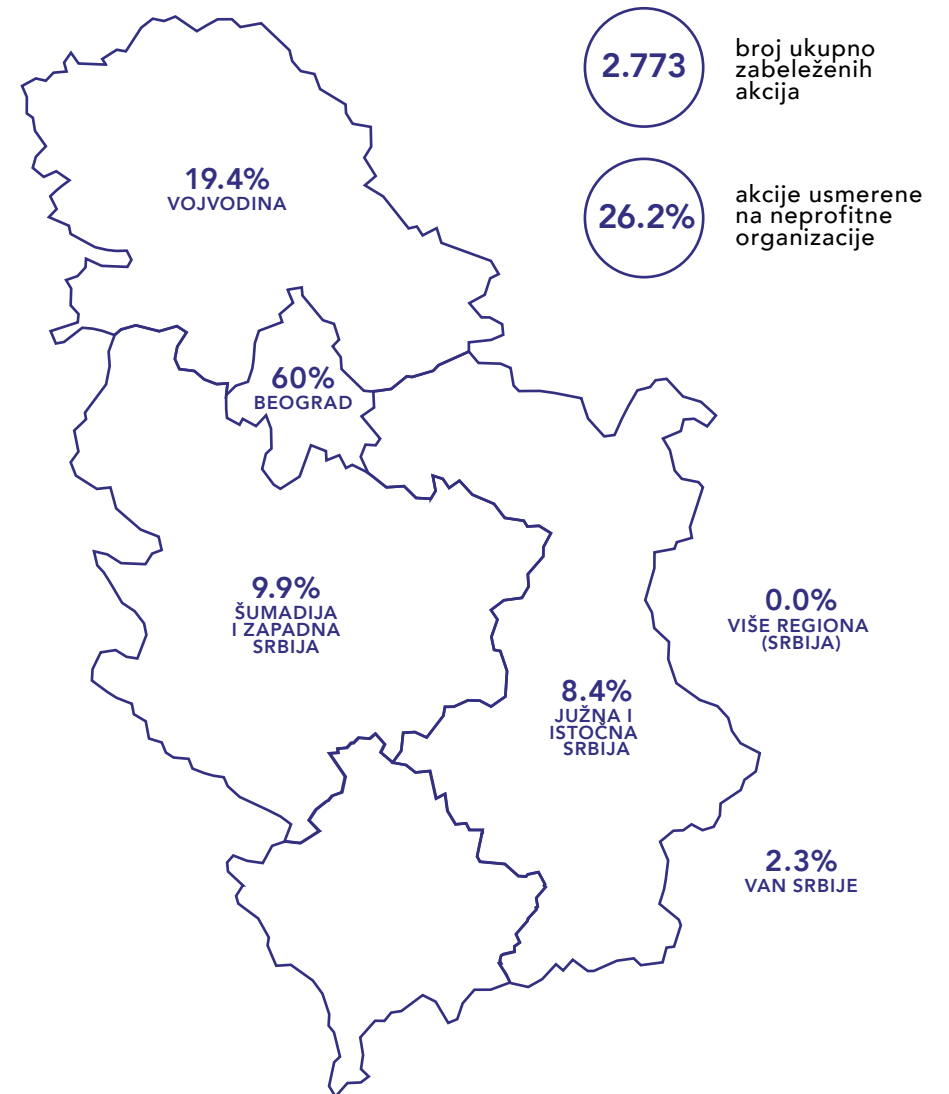
smart
KOLEKTIV

 SRPSKI
FILANTROPSKI
FORUM

 FORUM ZA
ODGOVORNO
POSLOVANJE

 PRIVREDNA
KOMORA
SRBIJE
1857

MAPA¹ SA REGIONIMA I GEOGRAFSKOM DISTRIBUCIJOM²



¹ Kosovo je prikazano bez prejudiciranja statusa, u skladu sa Rezolucijom 1244 i mišljenjem MSP-a o deklaraciji o nezavisnosti Kosova.

² Geografska raspodela davanja neprofitnim organizacijama (% akcija u odnosu na ukupan broj akcija usmerenih ka neprofitnim organizacijama)

KLJUČNE TAČKE

- Nefitni sektor uključuje raznolike tipove udruženja i inicijativa: domaće organizacije civilnog društva, privatne fondacije, dijasporske organizacije civilnog društva, strane organizacije civilnog društva, korporativne fondacije i neformalne grupe. U davanju za opšte dobro najprisutnije su domaće organizacije civilnog društva i fondacije.

GEOGRAFSKA DISTRIBUCIJA

- Prema geografskoj raspodeli akcija, neprofitne organizacije iz Beograda privlače najveći procenat podrške, što ukazuje na to da je Beograd, isto kao i prošle godine, centralna lokacija za neprofitne organizacije. Naša je pretpostavka da jedan deo organizacija ima sedište u Beogradu, odakle se kasnije pomoć distribuira u druge regione, mada tačne procenat nije moguće utvrditi. U odnosu na prošlogodišnju aktivnost neprofitnih organizacija iz Južne i Istočne Srbije, ove godine je u tom regionu bilo nešto manje akcija, dok je primećen blagi porast u aktivnostima organizacija iz Vojvodine.

KOME KORISTE DONACIJE – KO SU KORISNICI POMOĆI NEPROFITNIH ORGANIZACIJA?

- Kao i kod drugih primalaca, najčešći korisnici aktivnosti neprofitnog sektora su osobe sa zdravstvenim problemima, osobe sa invaliditetom, ekonomski ugroženi građani i populacija lokalnih zajednica. U tom smislu, nema većih promena u odnosu na 2017. Značajno je i naglasiti ovogodišnje prisustvo populacije iz drugih država, što je uglavnom bila pomoć osobama iz drugih država regiona Zapadnog Balkana, ali i pomoć Grčkoj nakon pretrpljenih šumskih požara.
- Druge kategorije korisnika aktivnosti ove godine uključuju: decu bez roditeljskog staranja, žene i decu koja su preživela nasilje, talentovanu decu i mlade, decu i mlade u riziku, osobe kojima je potrebna palijativna nega, populaciju manjinskih zajednica, jednoroditeljske porodice, stariju populaciju, beskućnike, nezaposlene, migrante, religijsku zajednicu, opštu populaciju, izbeglice i interno raseljene osobe, majke i novorođenčad, životinje.
- Korisničke grupe koje bi bez delovanja neprofitnog sektora ostale bez podrške ili bi je primile u znatno manjoj meri jesu osobe kojima je potrebna palijativna nega, migranti, populacija manjinskih zajednica, izbeglice i raseljena lica i nezaposleni.

ZA ŠTA SE DARUJE: ZA KOJE OBLASTI DELOVANJA SE DARUJE NEPROFITNIM ORGANIZACIJAMA?

- Oblasti u kojima su neprofitne organizacije najaktivnije su zdravstvo i podrška marginalizovanim grupama, nakon čega slede smanjenje siromaštva i obrazovanje – na

manjem nivou u odnosu na prethodnu godinu. Dijapazon drugih tema je vrlo sličan prethodnoj godini: sezonska davanja, briga o životinjama, sport, kultura i umetnost, zaštita životne sredine, urgentna pomoć, religijske aktivnosti, nasleđe, ekonomski razvoj, nezavisni mediji, javna infrastruktura, socijalno preduzetništvo.

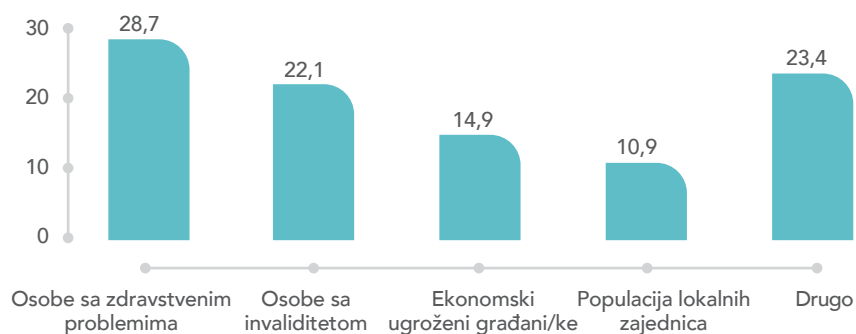
- Važno je zabeležiti da bi bez neprofitnog sektora oblasti poput socijalnog preduzetništva, urgentne pomoći, ekonomskog razvoja, podrška nezavisnim medijima i briga o životinjama privlačile manje pažnje.

KO DAJE?

- Kao i prošle godine, najveći broj donacija neprofitnom sektoru dolazi od strane građana, što je značajan pokazatelj angažovanosti lokalne zajednice u radu neprofitnih organizacija. Za građanima sledi poslovni sektor, koji se takođe često opredeljuje za direktne donacije, ali i indirektnu podršku kroz učešće u akcijama gde su prisutni mešoviti darodavci. Međutim, kao i 2017. godine, pojedinci se ređe odlučuju na donacije neprofitnim organizacijama u odnosu na drugi tip darodavca.
- Iz same analize se može izvući zaključak da neprofitni sektor zauzima važnu ulogu u odgovoru na potrebe građana u Srbiji, ali i da građani i kompanije ukazuju značajno poverenje tom sektoru.

KOME KORISTE DONACIJE: KO SU KORISNICI POMOĆI NEPROFITNIH ORGANIZACIJA?

KLJUČNE KORISNIČKE GRUPE I NEPROFITNE ORGANIZACIJE



Grafikon br. 1: Ključne korisničke grupe za koje neprofitne organizacije dobijaju podršku (% akcija u odnosu na ukupan broj akcija usmerenih ka neprofitnih organizacijama)

Procenat broja akcija	Korisničke grupe
Od 5 do 10%	Ljudi iz drugih zemalja
od 3 do 5%	Deca bez roditeljskog staranja • Životinje
od 1 do 3%	Žene i deca koja su preživela nasilje • Talentovana deca i mladi • Deca i mladi u riziku
ispod 1%	Osobe kojima je potrebna palijativna nega • Populacija manjinskih zajednica • Jednoroditeljske porodice • Starija populacija • Beskućnici • Nezaposleni • Migranti • Religijske zajednice • Opšta populacija • Izbeglice i interno raseljene osobe • Majke i novorođenčad • Izbeglice

Podaci ukazuju da neprofitne organizacije kroz svoj rad najčešće podržavaju osobe sa zdravstvenim problemima, osobe sa invaliditetom, ekonomski ugrožene građane/građanke i populaciju lokalnih zajednica. Pored ovih, neprofitne organizacije u manjoj meri podržavaju i veliki broj drugih korisničkih grupa, poput dece bez roditeljskog staranja, žena i dece koji su preživeli nasilje ili populacije manjinskih zajednica.

Kada je reč o korisničkim grupama koje su zastupljene u manjem broju akcija (od 1% do 10%), postoji nekoliko mogućih razloga za njihovu manju zastupljenost. Prvo, organizacije koje se bave specifičnim ranjivim grupama, poput osoba kojima je potrebna palijativna nega, populacije manjinskih zajednica ili nezaposlenih, manje su brojne i samim tim manje vidljive nego organizacije koje se bave prepoznatljivim grupama. Drugo, mnoge od njih su skorije osnovane i potrebna im je podrška u predstavljanju problema sa kojima se suočavaju njihovi korisnici. Takođe, naša pretpostavka je i da darodavci, iako svesni da je i drugim grupama potrebna podrška, češće biraju da podrže one grupe koje vide kao najranjivije. Ipak, ima sve više primera gde se prepoznaju i takve grupe kao krajnji korisnici.

POREĐENJE SA PODACIMA IZ 2017. GODINE

Kada uporedimo nalaze sa podacima za 2017. godinu, vidimo da dolazi do blagih promena u zastupljenosti tri od četiri ključne korisničke grupe. Beleži se blagi porast u broju akcija usmerenih ka osobama sa zdravstvenim problemima i osobama sa invaliditetom. U slučaju populacije lokalnih zajednica beleži se blagi pad. Jedino se u slučaju ekonomski ugroženih građana/građanke ne događa promena. Redosled korisničkih grupa prema broju akcija usmerenih na njih ostaje isti kao u 2017. godini. Ove fluktuacije, međutim, nisu velike.

Korisničke grupe	Broj akcija usmerenih na četiri ključne korisničke grupe		
	2017.	Trend	2018.
Osobe sa zdravstvenim problemima	24,4%	↑	28,7%
Osobe sa invaliditetom	18,8%	↑	22,1%
Ekonomski ugroženi građani/građanke	15,6%	~	14,9%
Populacija lokalnih zajednica	13,8%	↓	10,9%

PRIMERI: KORISNICI NEPROFITNIH ORGANIZACIJA

PRIMER: Kompanija Magna Seating d.o.o. je aktivnosti društveno odgovornog poslovanja obeležila donacijom u vrednosti od 7.600 evra Udruženju za pomoć mentalno nedovoljno razvijenim osobama (MNRO) u opštini Odžaci. Ova saradnja je započeta inicijativom udruženja za izgradnju senzorne sobe, koja će stimulisati čula korisnika i pomoći im da dostignu neophodni mir i bolje upoznaju svoje okruženje. Ovaj projekat u Odžacima je primer strateške donacije, ali i lokalne saradnje profitnih i neprofitnih organizacija.

PRIMER: Sedam dana pred Novu godinu u Lajkovcu je održana treća po redu manifestacija „Ulica otvorenog srca“ u organizaciji opštine Lajkovac i kulturnog centra „Hadži Ruvim“. Svi koji su kupili dekorativne predmete i kolače dece iz Predškolske ustanove "Leptirić" i OŠ "Mile Dubljević", kao i zaposlenih iz Gradske biblioteke, darovali su sredstva „Nacionalnom udruženju roditelja dece obolele od raka“ (NURDOR). Ova manifestacija je dobar primer uspešne realizacije sezonske donacije, koja uspostavlja trend obeležavanja svake godine.

PRIMER: U susret 18. maju, koji je Vlada Srbije proglasila Danom sećanja na žene žrtve nasilja, Udruženje žena Peščanik iz Kruševca organizovalo je donatorsko veče pod nazivom „Zagrizi za žene i decu žrtve nasilja“. Cilj je bio da se prikupe sredstva kojim bi se pružila podrška ženama žrtvama nasilja u Srbiji. Posetioci su donirali novac kupovinom hrane koju su pripremile aktivistkinje Udruženja. U specijalnoj izvedbi Pozorišne asocijacije METANOIA iz Beograda, odigrana je pozorišna predstava „Tri Gvineje“, koja ukazuje na težak položaj žena u patrijarhalnom društvu. Pored donatorske večeri, Udruženje je u partnerstvu sa marketinškom agencijom Leo Burnett obeležilo 18. maj kroz postavljanje umetničke instalacije u prostorijama Kulturnog centra u Kruševcu, prikazujući vidljive posledice porodičnog nasilja u sobi koju je dizajnirala agencija. Sredstvima prikupljenim na sličnim večerima u prethodne dve godine, Udruženje je novčano podržalo sedam žena žrtava nasilja u porodici i njihovo desetero dece.

PRIMER: Kompanija Coca-Cola HBC – Srbija d.o.o. darovala je 30.000 evra Centru „Jaki Mladi“ u junu 2018. godine povodom započinjanja novog strateškog pravca ulaganja u lokalnu zajednicu – platforme „Coca-Cola mladima“. Donacija Centru je namenjena osnaživanju dece i mladih bez roditeljskog staranja, kao i promociji njihove nezavisnosti. Centar „Jaki mladi“ godinama podržava decu i mlade koji su u okviru Fondacije „SOS Dečija sela“ navršili 18 godina.

ZA ŠTA SE DARUJE: ZA KOJE OBLASTI DELOVANJA SE DARUJE NEPROFITNIM ORGANIZACIJAMA?

KLJUČNE OBLASTI DELOVANJA NEPROFITNIH ORGANIZACIJA



Grafikon br. 2: Ključne oblasti delovanja za koje neprofitne organizacije dobijaju podršku (% akcija u odnosu na ukupan broj akcija usmerenih ka neprofitnim organizacijama)

Četiri ključne teme na koje je usmeren najveći broj akcija od strane neprofitnih organizacija jesu zdravstvo, podrška marginalizovanim grupama, smanjenje siromaštva i obrazovanje. Kada je reč o ostalim temama, najzastupljenije su sport, kultura i umetnost, te briga o životinjama. Kompanije i građani se takođe vrlo često obraćaju neprofitnim organizacijama kada su u pitanju davanja povodom praznika (tzv. sezonska davanja) jer se na taj način vrlo brzo stiže do onih kojima je pomoć potrebna.

U odnosu na druge tipove primalaca (na primer, institucije i vlasti), neprofitne organizacije prednjače kada je u pitanju podrška različitim marginalizovanim grupama. Kada su u pitanju zdravstvo, obrazovanje i smanjenje siromaštva, darodavci se nešto češće obraćaju institucijama, upućujući im pomoć u vidu opreme i potrošne robe.

Procenat broja akcija	Oblast delovanja
Preko 10%	Sezonska davanja
Od 5 do 10%	/
od 3 do 5%	Briga o životinjama
od 1 do 3%	Sport · Kultura i umetnost
ispod 1%	Zaštita životne sredine · Urgentna pomoć · Religijske aktivnosti · Nasleđe · Ekonomski razvoj · Nezavisni mediji · Javna infrastruktura · Socijalno preduzetništvo

Neke od slabije zastupljenih tema (ispod 1%) kojima se u 2018. godini bave neprofitne organizacije jesu religijske aktivnosti, javna infrastruktura, urgentna pomoć, nezavisni mediji, nasleđe, ekonomski razvoj i zaštita životne sredine. Kada su u pitanju religijske aktivnosti, treba istaći da podataka o davanju religijskim organizacijama ima vrlo malo, te da ovaj procenat ne pokazuje pravu sliku. Što se tiče infrastrukture i urgentne pomoći, pa i ekonomskog razvoja, prirodno je da se darodavci okreću institucijama pre nego neprofitnim organizacijama zbog same prirode potreba i mogućnosti da se projekti izvedu (npr. infrastrukturna poboljšanja). Pored toga, treba imati u vidu da je broj akcija usmerenih na ove teme i inače jako mali. Kada je u pitanju životna sredina, svakako treba uložiti u podsticanje ekoloških organizacija da bolje popularizuju svoje ideje, kao i da se češće obraćaju darodavcima za podršku.

POREĐENJE SA PODACIMA IZ 2017. GODINE

Najveća promena u odnosu na prošlu godinu je značajan porast u zastupljenosti zdravstva kao teme za 5,7%. Kao posledica ovog porasta, zdravstvo postaje najzastupljenija tema kod neprofitnih organizacija. Zbog značajnog pada zastupljenosti teme podrške marginalizovanim grupama, ona prelazi na drugo mesto. Beležimo i blaži pad zastupljenosti smanjenja siromaštva, dok se zastupljenost teme obrazovanja ne menja.

Oblasti delovanja	Broj akcija usmerenih na četiri ključne oblasti delovanja (u %)		
	2017.	Trend	2018.
Zdravstvo	28,3%	↑	34,0%
Podrška marginalizovanim grupama	33,7%	↓	28,1%
Smanjenje siromaštva	11,5%	↓	9,8%
Obrazovanje	6,1%	~	5,6%

PRIMERI: ZA KOJE OBLASTI DELOVANJA SE DARUJE NEPROFITNIM ORGANIZACIJAMA?

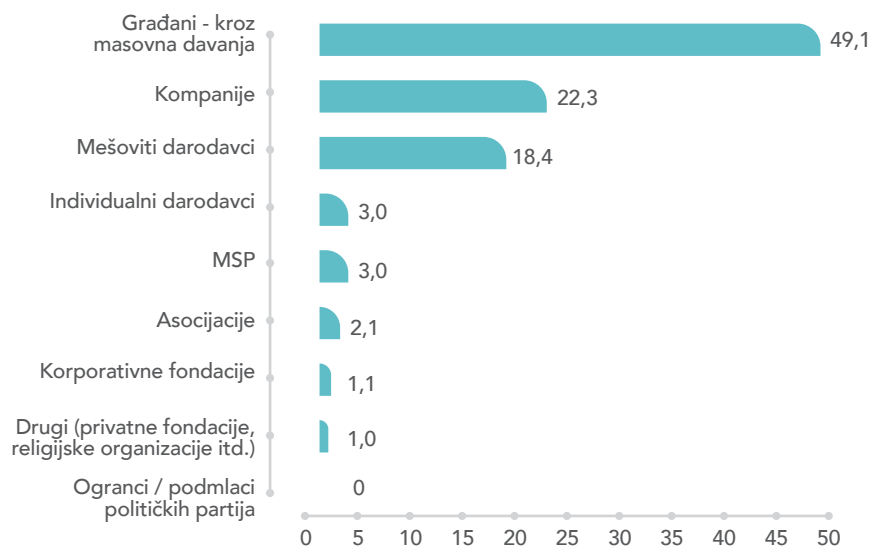
PRIMER: Udruženje za pomoć osobama sa smetnjama u razvoju „Živimo zajedno“ primilo je, tokom ekološke akcije u 2018. godini, donacije u vrednosti od 12.680 evra. U inicijativi Recan Fondacije, i u dobrom primeru tzv. „cause-related“ marketinške kampanje, kompanije Ball pakovanja Evropa Beograd i Beogradska Kulturna Mreža d.o.o. su darovali 5 dinara od svake prodate limenke piva na Beer Fest-u. Udruženje „Živimo zajedno“ predstavlja dobar primer višegodišnje istrajnosti neprofitne organizacije u ostvarivanju cilja pružanja pomoći osobama sa smetnjama u razvoju.

PRIMER: Zahvaljujući projektu „Veliko srce“, koji su organizovale Eurobanka i Fondacija Ana i Vlade Divac, obnovljena su dečija igrališta i obezbeđeni mobilijari za četiri vrtića u okviru predškolskih ustanova „Jelica Obradović“ iz Mladenovca, „Čarolija“ iz Vršca, „Vera Gucunja“ iz Sombora i „Radosno detinjstvo“ iz Novog Sada. Vrednost svakog od projekata rekonstrukcije je okvirno 12.000 evra, koje je darovala Eurobanka. Jedan od dugoročnih ciljeva projekta „Veliko srce“ – koji traje već sedam godina – jeste opremanje više predškolskih ustanova širom Srbije igralištima i bibliotekama za decu.

PRIMER: Udruženje žena iz Priboja pod nazivom „Sačuvajmo selo“ učestvovalo je u programu „Zasad za budućnost“ Delta Fondacije i Trag fondacije, na kome je osvojilo nešto više od 5.000 evra. Udruženje je osnovano 2013. godine sa ciljem osnaživanja položaja žena na selu, odnosno osnaživanja razvoja poljoprivrede u funkciji seoskog turizma, očuvanja životne sredine, ali i domaće radinosti i kulturnog nasleđa. Osvojeni novac iskorišćen je za nabavku mobilne opreme za sekundarnu proizvodnju ajvara, soka od paradajza i kiselih krastavaca. S obzirom na to da se među važnim problemima u Srbiji izdvajaju i nezaposlenost, propadanje sela i poljoprivredne proizvodnje, kao i materijalna deprivacija ženskog stanovništva u siromašnim opštinama, smatramo da ovakve akcije služe kao primer uspešne lokalne inicijative, sa jedne strane, i društveno odgovornog poslovanja sa druge.

KO DAJE: KO SU DARODAVCI NEPROFITNIH ORGANIZACIJA?

DARODAVCI I NEPROFITNE ORGANIZACIJE



Grafikon br. 3: Učešće različitih tipova darodavaca u akcijama usmerenim ka neprofitnom sektoru (broj akcija u % u odnosu na ukupan broj akcija usmeren ka neprofitnom sektoru)

Uprkos uvreženom mišljenju da postoji nepoverenje građana prema neprofitnim organizacijama, podaci pokazuju da su građani zapravo darodavci u najvećem broju akcija usmerenih na neprofitni sektor. Pokazalo se da su neprofitne organizacije vremenom stekle poverenje građana koji su se uverili i u njihovu pouzdanost, ali i pozitivne ishode i rezultate njihovog rada. Na drugom mestu, iza građana, nalaze se kompanije, dok su na trećem mestu mešoviti darodavci.

U znatno manjem procentu kao darodavci se javljaju pojedinačni darodavci i mala i srednja preduzeća, zatim asocijacije, te korporativne fondacije. Kada je reč o ograncima/podmlacima političkih partija, podaci pokazuju da nema registrovanih davanja od ove grupe prema neprofitnim organizacijama u 2018. godini.

POREĐENJE SA PODACIMA IZ 2017. GODINE

U odnosu na 2017. godinu najveća promena dogodila se kod poslovnog sektora, čije je učešće među darodavcima opalo za 8%. Aktivnost poslovnog sektora je i inače u blagom padu; drugo moguće objašnjenje je da se poslovni sektor ove godine opredeljivao za već izabrane partnere, ulazeći u manji broj novih akcija. Sa druge strane, prisustvo građana i mešoviti darodavaca beleži blagi rast, dok učešće pojedinačnih darodavaca ostaje isto.

Darodavci neprofitnih organizacija	Učešće različitih tipova darodavaca u akcijama usmerenim ka neprofitnom sektoru (u %)		
	2017.	Trend	2018.
Građani	44,4%	↑	49,1%
Poslovni sektor	30,3%	↓	22,3%
Mešoviti darodavci	16,0%	↑	18,4%
Pojedinci	3,1%	~	3,0%

PRIMERI: KO SU DARODAVCI NEPROFITNIH ORGANIZACIJA?

PRIMER: U januaru 2018. godine, socio-humanitarna neprofitna organizacija „Caritas“ organizovala je prodaju i predstavljanje proizvoda partnera iz oblasti socijalnog preduzetništva na božićnom štandu ispred tržnog centra „Ušće“ na Novom Beogradu. Celokupan prihod od prodaje na štandu namenjen je ovim preduzećima čija je osnovna društvena misija pružanje pomoći osobama sa invaliditetom. „Caritas“ takođe upravlja sopstvenom narodnom kuhinjom u Zrenjaninu, u okviru koje je organizacija prikupila donacije hrane od kompanija Gomex d.o.o. i Naj zalogaj d.o.o.

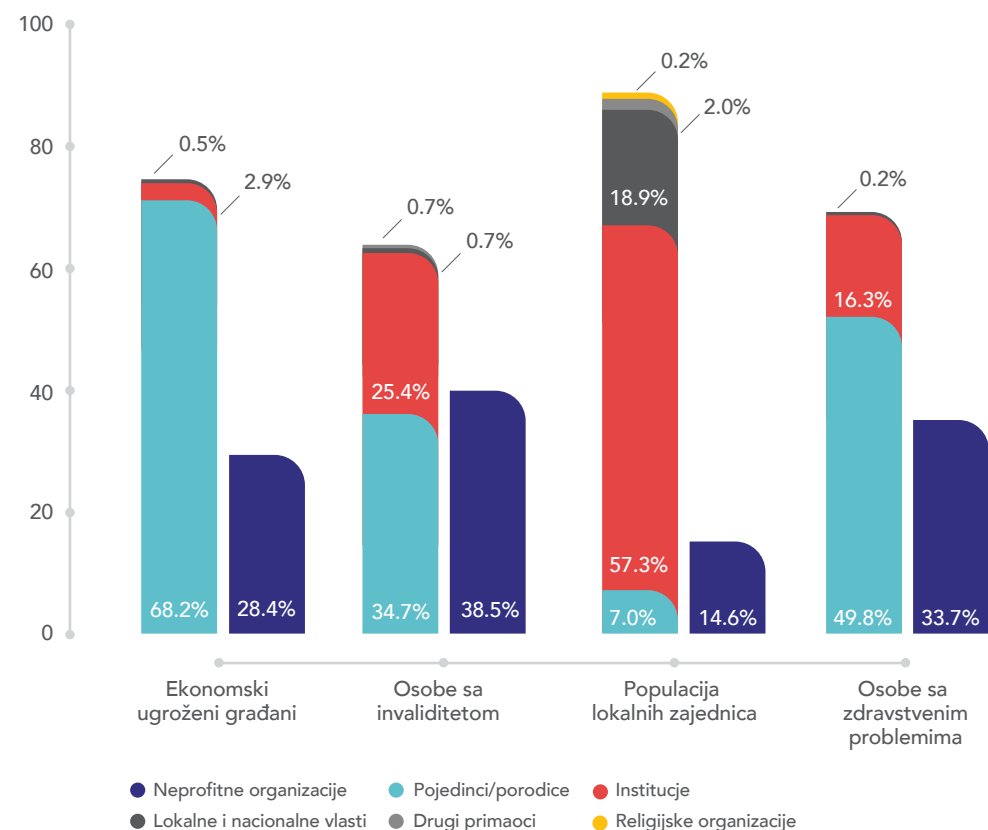
PRIMER: Telenor fondacija je darovala moderna sredstva za interaktivnu nastavu Udruženju Romkinja „Nada“ iz Aleksinca, sa ciljem lakšeg opismenjavanja najmlađih pripadnika/pripadnica ove društveno marginalizovane grupe. Prema podacima Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, Romi provedu u obrazovanju samo polovinu vremena koje u školi provedu neromska deca nastanjena u istim mestima. Pored ove donacije, Telenor fondacija je u 2018. godini obezbedila i donaciju za projekat „Vršnjačkom edukacijom protiv digitalnog nasilja“. Ovaj projekat pokrenulo je Udruženje „Svet reči“ iz Velike Plane. Cilj projekta je bila edukacija tinejdžera uzrasta od 12 do 19 godina o načinima bezbedne upotrebe interneta. Kao krajnji rezultat, 3.250 tinejdžera iz 10 opština u Srbiji prošlo je obuku kojom je steklo osnovna znanja o bezbednim načinima upotrebe interneta.

PRIMER: Dobar primer strateškog davanja je ostvaren zahvaljujući donacijama građana i profita kompanije Vip Mobile tokom novogodišnjih i božićnih praznika (odnosno, kroz tzv. „cause-related“ marketinšku kampanju). Naime, nakon uspešnog prikupljanja sredstava putem SMS poruka, kompanija Vip Mobile je darovala preko 20.000 evra Savezu udruženja Srbije za pomoć osobama sa autizmom. Sredstva će se koristiti za pokretanje digitalne platforme za informisanje i savetovanje porodica osoba sa autizmom, opremanje medicinskih soba u pet gradova Srbije i otvaranje prvog Radnog centra za osobe sa autizmom. Savez je osnovan 1977. godine, a danas okuplja 16 udruženja iz cele Srbije sa više od 3.000 korisnika.

PRIMER: U junu 2018. godine, 11 projekata je dobilo podršku u okviru Superste programa Erste banke, koji se organizuje uz podršku Trag fondacije. U ukupnoj vrednosti od 5.100.000 dinara podržane su ideje mladih ljudi sa fokusom na lokalne zajednice. Tri dobitnička projekta će iskoristiti sredstva iz konkursa za obrazovni program. „Muzej plesa“ će, na primer, podučavati plesu decu i mlade u Beogradu kroz interaktivne izložbe i radionice, dok će kroz projekat „Svi smo mi isto različiti“ mladi učestvovati o radionicama o mentalnom zdravlju koje organizuju psiholozi.

UDEO NEPROFITNIH ORGANIZACIJA U ODGOVORU NA POTREBE KORISNIČKIH GRUPA

UDEO NEPROFITNIH ORGANIZACIJA U ODGOVORU NA POTREBE KLJUČNIH KORISNIČKIH GRUPA



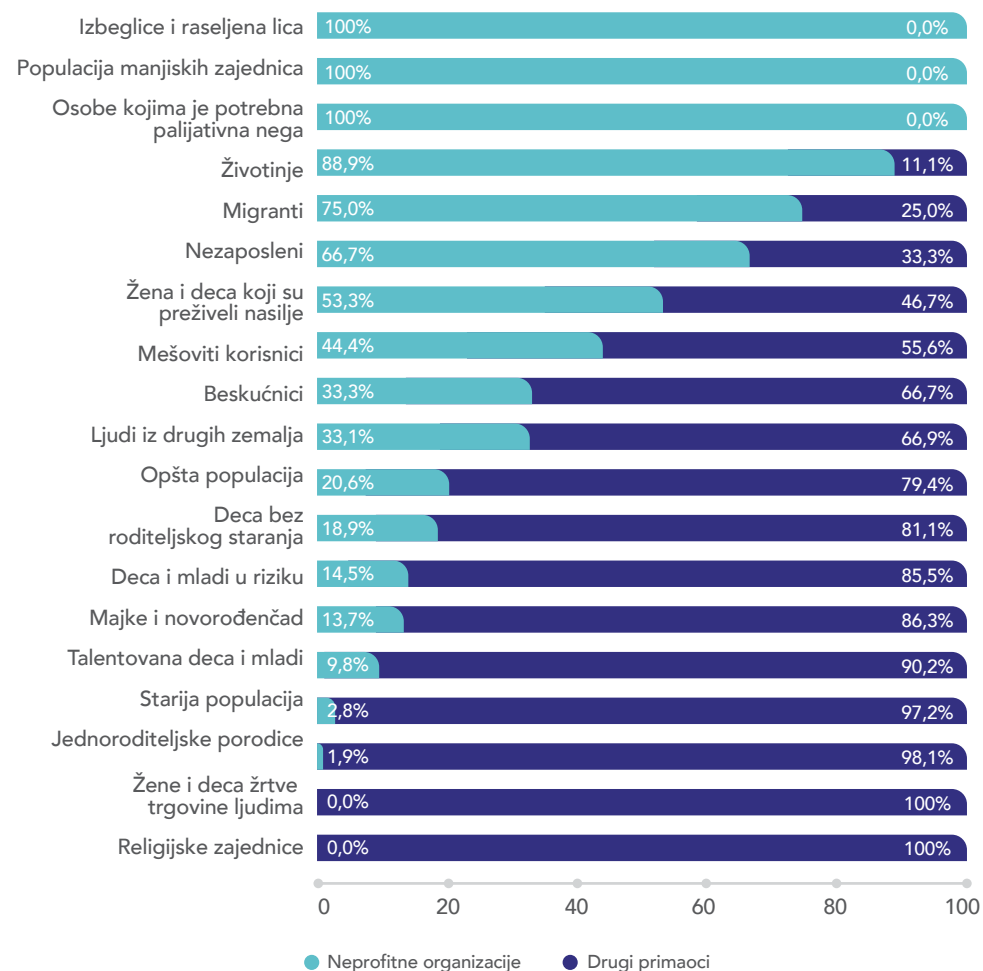
Grafikon br. 4: Udeo neprofitnih organizacija i drugih primalaca u akcijama za ključne korisničke grupe (broj akcija u % u odnosu na ukupan broj akcija za tu korisničku grupu)

Ukoliko posmatramo četiri ključne korisničke grupe koje privlače najviše darodavaca, vidimo da osobe sa invaliditetom ostaju na prvom mestu kao najčešći korisnici podrške neprofitnom sektoru, a slede osobe sa zdravstvenim problemima i ekonomski ugroženi građani. Populacija lokalnih zajednica je najmanje zastupljena, iako i dalje zauzima 14,6% svih donacija usmerenih ka neprofitnim organizacijama.

Iako je, kako je ranije napomenuto, veći broj akcija usmeren ka ostalim tipovima primalaca, ako sagledamo podatke, vidimo da neprofitne organizacije same „pokrivaju“ skoro 40% akcija usmerenih ka osobama sa invaliditetom, čak trećinu akcija usmerenih ka osobama sa zdravstvenim problemima, kao i više od petine akcija usmerenih ka ekonomski ugroženim građanima. Imajući u vidu razliku u infrastrukturi institucija, lokalnih i nacionalnih vlasti i neprofitnih organizacija, jasno je da bi bez neprofitnih organizacija, značajan deo korisnika teže dolazio do pomoći. Jedan od razloga za to je upravo u načinu funkcionisanja neprofitnih organizacija, koje su fleksibilnije, brže se prilagođavaju promenama u potrebama i, zbog mogućnosti primene širokog dijapazona programa podrške, često mogu da odgovore na potrebe korisnika potpunije nego institucije.

Druge korisničke grupe su generalno manje zastupljene, ali ne i manje važne, što grafikon br. 5 i pokazuje. Na grafikonu su prikazane korisničke grupe čije potrebe neprofitne organizacije najviše zastupaju, ali i one koje su češće zastupljene kod drugih primalaca. Potrebno je naznačiti da su određeni korisnici više primećeni kod neprofitnih organizacija, što je prethodne godine uspostavljeno kao zaključak, a ove godine potvrđeno. Preko neprofitnih organizacija idu čak sve akcije za osobe kojima je potrebna palijativna nega – čije potrebe zastupa *BELhospice* – i za populaciju manjinskih zajednica.

UDEO NEPROFITNIH ORGANIZACIJA U ODGOVORU NA POTREBE DRUGIH KORISNIČKIH GRUPA



Grafikon br. 5: Udeo neprofitnih organizacija i drugih primalaca u akcijama za druge korisničke grupe (broj akcija u % u odnosu na ukupan broj akcija za tu korisničku grupu)

POREĐENJE SA PODACIMA IZ 2017. GODINE

Prema procentu akcija, došlo je do zamene u poziciji osoba sa zdravstvenim problemima i ekonomski ugroženih građana u odnosu na 2017. godinu.

Kao i prethodne godine, neprofitne organizacije su te koje zastupaju potrebe kategorija korisnika kojima se institucije i drugi primaoci bave u manjoj meri ili manje efikasno. Udeo akcija neprofitnih organizacija za potrebe migranata je malo veći (75% u odnosu na prošlogodišnjih 71,4%) u poređenju sa drugim primaocima, dok su deca i mladi u riziku malo češće zastupljeni kod drugih primalaca ove godine. Udeo akcija koji ide za životinje preko neprofitnih organizacija je značajno povećan na skoro 90%.

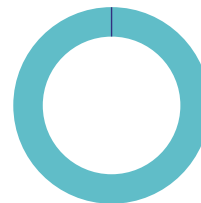
Kada su u pitanju deca i mladi u riziku, ove godine su drugi primaoci primili više akcija za tu korisničku grupu nego neprofitne organizacije. *Centar za integraciju mladih* (neprofitna organizacija) i *Prihvatilište za decu Beograd* (državna institucija) jesu dve organizacije koje se najviše bave ovom grupom krajnjih korisnika, pa je i razlog promene veći broj pojedinačnih akcija kompanija i građana koji je usmeren ka Prihvatilištu, a znatno manji broj istih je usmeren ka Centru. Takođe, treba naglasiti da je u odnosu na prošlu godinu i u medijskim objavama manje vidljiva aktivnost Centra.

Udeo neprofitnih organizacija i drugih primalaca u akcijama za druge korisničke grupe (broj akcija u % u odnosu na ukupan broj akcija za tu korisničku grupu).

	2017.	Trend	2018.
Populacija lokalnih zajednica	17,4%	↓	14,6%
Ekonomski ugroženi građani	30,5%	↓	28,4%
Osobe sa zdravstvenim problemima	28,2%	↑	33,7%
Osobe sa invaliditetom	36%	↑	38,5%

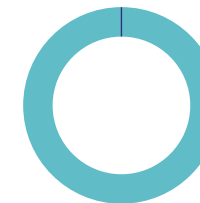
UDEO NEPROFITNIH ORGANIZACIJA U ODGOVORU NA POTREBE KORISNIČKIH GRUPA

POPULACIJA MANJINSKIH ZAJEDNICA



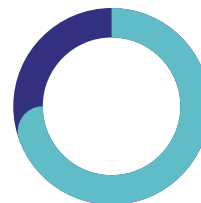
Drugi primaoci 0,0%
Neprofitne organizacije 100,0%

OSOBE KOJIMA JE POTREBNA PALIJATIVNA BRIGA



Drugi primaoci 0,0%
Neprofitne organizacije 100,0%

MIGRANTI



Drugi primaoci 25,0%
Neprofitne organizacije 75,0%

ŽIVOTINJE

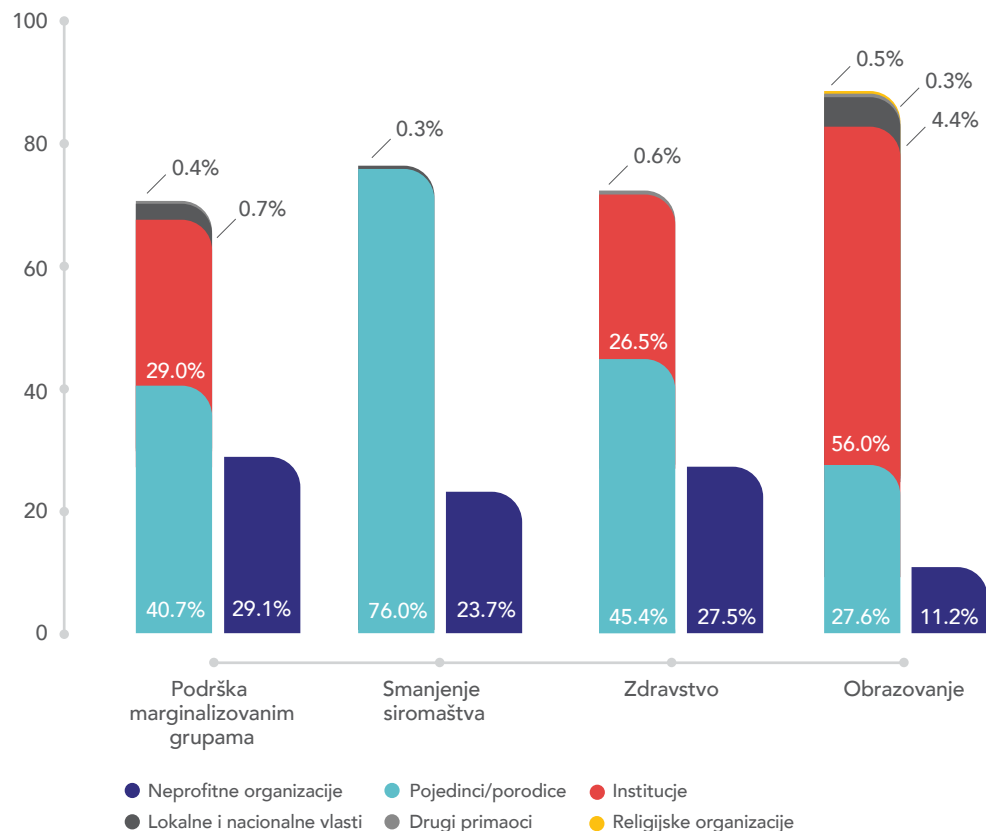


Drugi primaoci 11,1%
Neprofitne organizacije 88,9%

Grafikon br. 6: Korisničke grupe za koje su neprofitne organizacije prepoznate kao ključni nosioci usluga

UDEO NEPROFITNIH ORGANIZACIJA U RAZLIČITIM OBLASTIMA DRUŠTVENOG DELOVANJA

PRIKAZ NAJZASTUPLJENIJIH OBLASTI DELOVANJA: NEPROFITNE ORGANIZACIJE U ODNOSU NA DRUGE PRIMAOCE



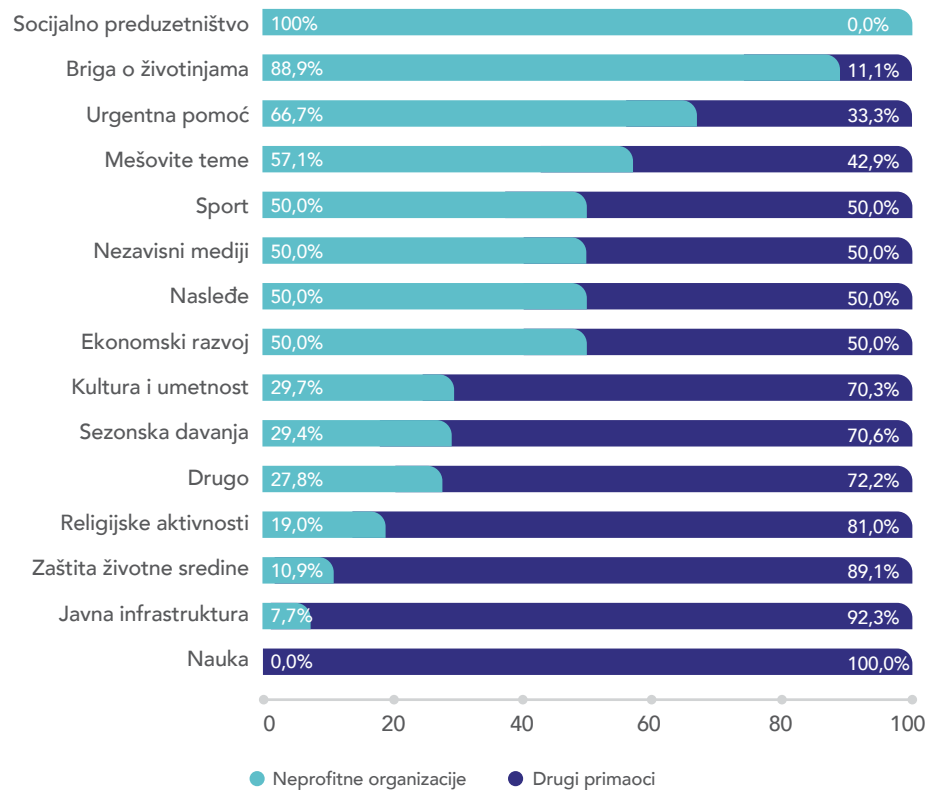
Grafikon br. 7: Udeo neprofitnih organizacija i drugih primalaca u ključnim oblastima delovanja (broj akcija u % u odnosu na ukupan broj akcija za tu oblast delovanja)

Preko četvrtine svih akcija za podršku marginalizovanim grupama i zdravstvo je usmereno ka neprofitnim organizacijama. U ove dve oblasti, neprofitne organizacije čak prednjače u odnosu na institucije. Za smanjenje siromaštva su neprofitne organizacije zastupljene u nešto manje od četvrtine akcija, a najveći primaoci su zapravo pojedinci i porodice. Sa druge strane, znatno manji broj akcija za obrazovanje usmereno je ka neprofitnim organizacijama. Obrazovanje se nalazi na poslednjem mestu, s obzirom na to da se donacije za obrazovanje često usmeravaju ka obrazovnim institucijama (školama i fakultetima) kada je podrška u pitanju, i pojedincima kada su stipendije u pitanju.

Neprofitne organizacije često zastupaju oblasti koje su značajno manje prisutne kod drugih primalaca. Na primer, socijalno preduzetništvo je i ove godine oblast kojom se bave jedino neprofitne organizacije, dok su urgentna pomoć i briga o životinjama teme gde je pomoć neprofitnih organizacija ključna. Ekonomski razvoj i nezavisni mediji su jednako zastupljeni i kod neprofitnih i kod drugih primalaca.

Socijalno preduzetništvo i ekonomski razvoj su dve kategorije u kojima neprofitni sektor često igra najveću ulogu kao primalac. Ovo je rezultat programa kao što su „Zasad za budućnost“ *Delta Fondacije* u saradnji sa *Trag fondacijom*, i „Divac poljoprivredni fondovi“ *Fondacije Ana i Vlade Divac*, čiji se rezultati zasnivaju na pomaganju samoodrživih projekata domaćih organizacija civilnog društva. Po prirodi stvari, državne institucije i ostali primaoci ne pokreću socijalna preduzeća, dok su za pojedince banke i država uglavnom najčešći izvor finansiranja. Međutim, kad je 2018. godina u pitanju, donacije za ekonomski razvoj su jednako usmerene i na samostalne preduzetnike, što govori o potencijalnom trendu u kom će donacije i grantovi iz lokalne zajednice postati zastupljenija forma finansiranja za mala i srednja preduzeća i pojedince.

PRIKAZ DRUGIH OBLASTI DELOVANJA: NEPROFITNE ORGANIZACIJE U ODNOSU NA DRUGE PRIMAOCE (BROJ AKCIJA U % U ODNOSU NA UKUPAN BROJ AKCIJA ZA TU OBLAST DELOVANJA)



Grafikon br. 8: Udeo neprofitnih organizacija i drugih primalaca u drugim oblastima delovanja (broj akcija u % u odnosu na ukupan broj akcija za tu oblast delovanja)

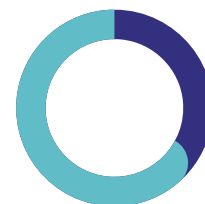
POREDENJE SA PODACIMA IZ 2017. GODINE

U odnosu na prošlu godinu, manje akcija za podršku marginalizovanim grupama, smanjenje siromaštva i obrazovanje je usmereno ka neprofitnim organizacijama. Međutim, neprofitne organizacije su primile više akcija za zdravstvo nego prošle godine.

U 2018. godini, ekonomski razvoj i nezavisni mediji su jednako zastupljeni i kod neprofitnih i kod drugih primalaca, što delom pokazuje da je opšti interes za ove oblasti na malo višem nivou.

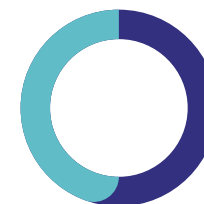
UDEO NEPROFITNIH ORGANIZACIJA U RAZLIČITIM OBLASTIMA DRUŠTVENOG DELOVANJA

URGENTNA POMOĆ



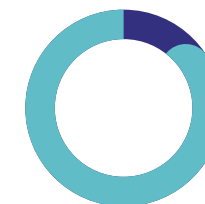
Drugi primaoci 33,3%
Neprofitne organizacije 66,7%

NEZAVISNI MEDIJI



Drugi primaoci 50,0%
Neprofitne organizacije 50,0%

BRIGA O ŽIVOTINJAMA



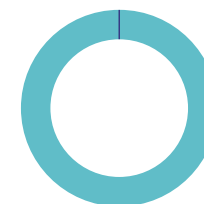
Drugi primaoci 11,1%
Neprofitne organizacije 88,9%

EKONOMSKI RAZVOJ



Drugi primaoci 50,0%
Neprofitne organizacije 50,0%

SOCIJALNO PREDUZETNIŠTVO



Drugi primaoci 0,0%
Neprofitne organizacije 100,0%

Grafikon br. 9: Teme za koje su neprofitne organizacije prepoznate kao ključni nosioci usluga

UPOTREBA DONACIJA: DUGOROČNA I KRATKOROČNA ULAGANJA

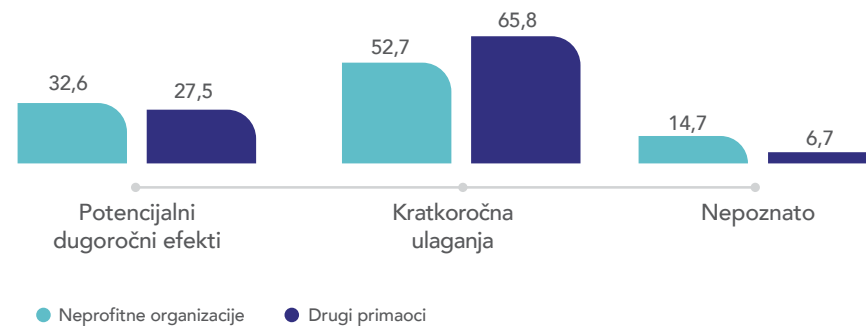
UPOTREBA DONACIJA (% AKCIJA)



Grafikon br. 10: Upotreba donacija u neprofitnom sektoru (% akcija u odnosu na ukupan broj akcija usmerenih u neprofitni sektor)

Najveći broj dugoročnih ulaganja usmerenih na neprofitne organizacije dolazi od građana u vidu masovnih davanja. Dugoročna ulaganja građana su u najvećoj meri usmerena na kupovinu opreme i socijalne usluge. Posle građana, najbrojnija su dugoročna ulaganja ka neprofitnim organizacijama od strane poslovnog sektora, koji najviše ulaže u kupovinu opreme i obrazovne usluge. Mešoviti darodavci su takođe zastupljeni u dugoročnim ulaganjima usmerenim na neprofitne organizacije. Kao i građani, i mešoviti darodavci najviše ulažu u kupovinu opreme i socijalne usluge. Među drugim, manje zastupljenim darodavcima, nalaze se neprofitne organizacije i pojedinci.

UPOTREBA DONACIJA – NEPROFITNE ORGANIZACIJE VS. DRUGI PRIMAOCI

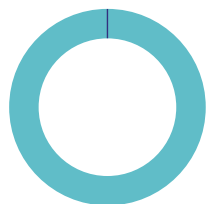


Grafikon br. 11: Upotreba donacija – neprofitne organizacije u poređenju sa drugim primaocima (% akcija u odnosu na ukupan broj akcija odgovarajuće tipa primalaca)

Kao i 2017, i ove godine su jedina ulaganja u zadužbinski fond i početni (start-up) kapital došla posredstvom neprofitnih organizacija. Kada je reč o zadužbinskom fondu, odličan primer je zaječarska privatna fondacija *Iskorak*, koja je organizovala novogodišnji bazar kako bi prikupljena sredstva uložila u osnovani „Vitalni fond za zajednicu“. Ovo je interesantan nastavak prakse koju je postavila *Trag fondacija* sa prvim zadužbinskim fondom u regionu, osnovanim 2017. godine. Cilj zadužbinskog fonda *Trag fondacije* je da pruži održivu podršku razvoju lokalnih zajednica u Srbiji. Uporedni presek upotrebe prema tipu primaoca se može videti na grafikonu na sledećoj strani.

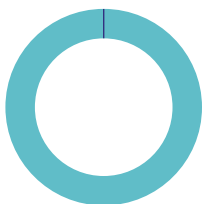
UPOTREBA DONACIJA: DUGOROČNA I KRATKOROČNA ULAGANJA

ZADUŽBINSKI FOND



Drugi primaoci 0,0%
Nefitne organizacije 100,0%

START-UP KAPITAL



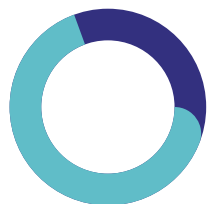
Drugi primaoci 0,0%
Nefitne organizacije 100,0%

SOCIJALNE USLUGE



Drugi primaoci 6,3%
Nefitne organizacije 93,7%

PODIZANJE NIVOVA DRUŠTVENE SVESTI



Drugi primaoci 69,2%
Nefitne organizacije 30,8%

USLUGE U OBRAZOVANJU



Drugi primaoci 59,1%
Nefitne organizacije 40,9%

Grafikon br. 12: Primeri ulaganja sa potencijalno dugoročnim efektom, nefitne organizacije u poređenju sa drugim primaocima

Broj dugoročnih ulaganja usmeren na neprofitni sektor (u %)

	2017.	Trend	2018.
Građani	36,9%	↑	42,2%
Poslovni sektor	46,2%	↓	39,7%
Mešoviti darodavci	10,8%	~	10,5%
Nefitne organizacije	2,3%	↑	5,5%

POREĐENJE SA PODACIMA IZ 2017. GODINE

Kada ovogodišnje podatke uporedimo sa podacima od prethodne godine, vidimo da su građani preuzeli mesto najvećih darodavaca u dugoročnim ulaganjima usmerenim na nefitne organizacije. Poslovni sektor, koji je prošle godine bio na prvom, sada je na drugom mestu. Mešoviti darodavci su zadržali nivo od prethodne godine, dok nefitne organizacije beleže blagi rast.

Dva razloga stoje iza promene koja je zabeležena kod građana i poslovnog sektora. Prvi razlog je da su mediji ređe pokrivali donacije poslovnog sektora sa dugoročnom upotrebom u 2018. godini. Na primer, dok su kampanje *Banke hrane* i *Fonda B92* obeležile poslovna davanja za socijalne usluge u 2017. godini, u 2018. godini se nije ponovio takav tip kampanje koje mediji pokrivaju na velikom nivou. Međutim, medijska pokrivenost ne znači da je smanjen nivo donacija, s obzirom na to da organizacije nastavljaju da saraduju sa poslovnim sektorom, ali kroz donacije koje nisu medijski praćene.

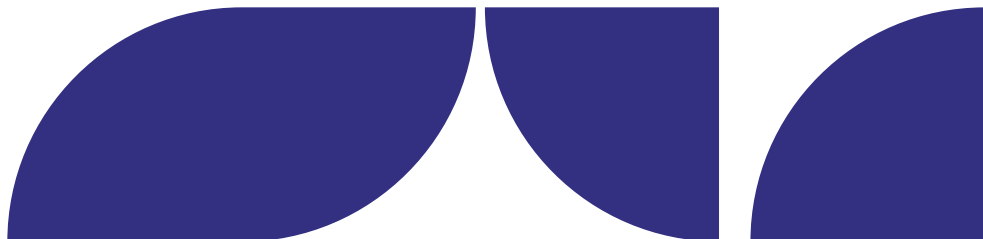
Drugi razlog jeste što je ove godine zabeležen veći broj akcija nefitnih organizacija na lokalnom nivou, koje su donacijama pomogli građani kroz masovna davanja. Neki primeri su donacije građana fondu „Humano srce Šapca“, udruženju „Multipla skleroza Jablaničkog okruga“, „Niškom udruženju studenata sa hendikepom“ i drugim nefitnim organizacijama koje u velikom broju slučajeva deluju lokalno.



USAID
OD AMERIČKOG NARODA



°catalyst



TRAG FONDACIJA
Mileševska 5/1-6
11 118 Beograd, Srbija
filantropija@tragfondacija.org
www.tragfondacija.org

PRIREDILI
Tomas Momčilović
Miroslav Nikolić
Catalyst Balkans

LEKTURA
Jelena Budimirović
DIZAJN
Korak studio

Izrada ovog izveštaja omogućena je uz podršku američkog naroda putem Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID). Sadržaj izveštaja isključiva je odgovornost Trag fondacije, Catalyst Balkans i Fondacije Ana i Vlade Divac i ne odražava nužno stavove USAID-a ili Vlade Sjedinjenih Američkih Država.

