



Srbija daruje 2019

IZVEŠTAJ
O DOBROČINSTVU



USAID
OD AMERIČKOG NARODA

°catalyst



M CHARLES STEWART
MOTT FOUNDATION

 **Rockefeller
Brothers Fund**
Philanthropy for an Interdependent World

Fondacija Katalist
Catalyst Balkans
Takovska 38, Beograd, Srbija

Priredili
Jelena Bekčić
Tomas Bueno Momčilović

Prikupljanje podataka
Goran Bekić

Urednica
Aleksandra Vesić Antić

Dizajn, fotografija i grafička obrada
Tijana St. Protić

Lektura i korektura
Jelena Budimirović

Beograd, 2020.

Istraživanje *Srbija daruje 2019 – 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, uz dodatnu podršku Čarls Stjuart Mot fondacije i Fonda braće Rokfeler.

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

Sadržaj

Uvodna reč	4
Za lakše razumevanje izveštaja	6
Rezime	7
1 Aktivnosti i geografski pregled davanja u Srbiji	13
1.1 Darovane sume	14
1.2 Dobročinstvo tokom godine	14
1.3 Dobročinstvo kroz regione	15
2 Ko su darodavci	17
2.1 Učešće različitih tipova darodavaca	18
2.2 Profili najčešćih darodavaca	23
2.2.1 Poslovni sektor	23
2.2.2 Građani – davanja kroz masovne akcije	27
3 Za šta se daruje u Srbiji?	30
3.1 Koje teme su važne građanima Srbije?	31
4 Koga podržavaju građani Srbije?	34
4.1 Kome se daruje?	35
4.2 Podrška neprofitnim organizacijama	37
4.3 Podrška državi	41
5 Kome donacije koriste?	44
6 Kako se daruje u Srbiji?	48
6.1 Efekti davanja	49
6.2 Šta se daruje?	53
6.3 Način davanja	55
7 Medijska pokrivenost	59
8 Prilozi	61
8.1 Promene u pravno-fiskalnom okviru za dobročinstvo	63
8.2 Metodologija istraživanja	65
8.2.1 Faktori i pokazatelji koji ukazuju na stepen razvijenosti filantropije	67
8.3 O nama	69

Uvodna reč

Poštovani čitatelji i čitateljke,

Sa velikim zadovoljstvom vam predstavljamo sedmi izveštaj o stanju dobročinstva u Srbiji, po treći put u partnerstvu sa Trag fondacijom i drugi put u okviru Koalicije za dobročinstvo. Verujemo da ovi izveštaji, pored promocije dobrotvornih davanja, pomažu darodavcima i primaocima da na što bolji način usmere pomoć ili upotrebe prikupljena sredstva i realizuju svoje ciljeve. Osim toga, podatke sakupljene u poslednje dve godine Koalicija za dobročinstvo neprekidno koristi s ciljem pružanja pomoći strateškom razvoju davanja i unapređenja zakonodavnog okvira za davanje.

Nakon stagnacije u 2018. godini, prošlu godinu obeležili su porast aktivnosti i porast darovane sume: procena je da je u 2019. godini darovano preko 34,5 miliona evra.

U odnosu na 2018. godinu nema velikih promena u trendovima davanja. Kao i ranijih godina, najviše se darovalo za zdravstvo, podršku marginalizovanim grupama, smanjenje siromaštva i obrazovanje. Nešto veća podrška upućena je smanjenju siromaštva; praćenje podataka tokom narednih godina pokazaće nam da li je ovo samo trenutna fluktuacija ili se uspostavlja novi trend.

Građani su ponovo najaktivniji darodavci: kroz akcije masovnih davanja darovali su i najviše novca. Poslovni sektor ostao je na drugom mestu – kako po aktivnosti, tako i po učešću u ukupnoj darovanoj sumi. Darodavci još uvek usmeravaju pažnju na kratkoročnu pomoć, koja je najdominantnija kod smanjenja siromaštva.

Nastavljen je trend rasta poverenja u neprofitne organizacije: broj akcija usmerenih ka ovom tipu primaoca je u porastu, iako treba uzeti u obzir da najviše poverenja darodavci ukazuju ograničenom broju fondacija i organizacija, koje u određenom broju slučajeva deluju i kao posrednici u prikupljanju pomoći za neke institucije.

Rad Koalicije za dobročinstvo i Saveta za filantropiju dao je prve rezultate – povećanje neoporezivog dela za stipendije i uputstvo za ostvarivanje poreskih olakšica za pravna lica. Iako su ovo pozitivni pomaci, i dalje je dug put do većih promena koje bi unapredile okvir za davanje.

Zahvaljujemo se partnerima iz Koalicije za dobročinstvo, kao i našim donatorima – USA-ID-u i Fondaciji „Čarls Stjuart Mot“ – na njihovoj podršci. Veliku zahvalnost dugujemo i 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 da ponudi dugoročna i održiva rešenja za društvene probleme sa kojima se susrećemo.

Hvala Vam,
Fondacija Katalist i Trag fondacija

Metodologija

Tokom prethodnih godina Katalist se, zbog nedostatka zvaničnih podataka o davanju u Srbiji, oslanjao na podatke iz alternativnih izvora: prvenstveno medijskih objava, a zatim i drugih dostupnih izvora podataka. Prikupljene informacije se obrađuju u bazi podataka „Srbija daruje“ (srbijadaruje.org), u okviru baze Giving Balkans, koja obuhvata ceo region zapadnog Balkana i pruža najpouzdaniji uvid u realnu sliku dobrotvornog davanja u Srbiji.

Zbog ograničenih podataka koji se mogu dobiti iz medija, Katalist je tokom nekoliko prethodnih godina razvio mehanizam za prikupljanje podataka direktnim kontaktom sa primaocima i donatorima. Iako su tako prikupljeni podaci dragoceni i sveobuhvatni, oni donekle počinju da „remete“ sliku trendova zabeleženih darovanih suma koja se dobija iz medija. Diskrepancija između podataka o darovanoj sumi koja se dobije iz medija i one koja se prikupi iz direktnih izvora postaje sve veća.

Zato smo ove godine odlučili da uvedemo promene koje će unaprediti metodologiju u delu koji se tiče analize i izveštavanja o dobročinstvu. Ukratko, kako bi slika o dobročinstvu koju na godišnjem nivou razmatramo i dalje mogla da bude uporediva sa prethodnim periodima, od 2019. godine trendovi u davanju za opšte dobro biće prikazivani isključivo na osnovu zabeleženih akcija i suma koje su objavili mediji. S druge strane, ukupnu zabeleženu i procenjenu sumu, odnosno nivo dobročinstva, prikazujemo uzimajući u obzir podatke iz svih dostupnih izvora, što je bio slučaj i prethodnih godina.

Detaljnije o našoj metodologiji možete pročitati u sekciji 8.2 ovog izveštaja, a sve podatke o akcijama o kojima su izveštavali i mediji i direktni izvori možete pogledati na srbijadaruje.org.

Ukratko i o objavama ove godine:

- Podaci iz ovog izveštaja prikupljeni su praćenjem elektronskih, štampanih i onlajn medija na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou, u periodu od 1. januara do 31. decembra 2019. godine.
- Obrađeno je ukupno 8.807 unosa vezanih za dobrotvorna davanja u bazi podataka, od čega 3.037 predstavljaju jedinstvene akcije. Brojevi se razlikuju zato što jer različiti mediji često objavljuju informacije o istim akcijama.
- Kao i prošlih godina, i ove godine smo dobili značajan broj povratnih informacija direktno od kompanija, neprofitnih organizacija i drugih aktera u srpskom dobrotvornom ekosistemu – podatke o 84,6% akcija verifikovali su direktni izvori.





Za lakše razumevanje izveštaja

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

Akcija	Jedinstveni događaj, odnosno primer prikupljanja donacija. Može sadržati više donacija (npr. akcija je kampanja u okviru koje građani masovno prikupljaju novac za nečije lečenje).
Darodavci	Fizička i/ili pravna lica koji daruju novac, vreme, usluge, robu. Radi lakšeg praćenja trendova, darodavci su podeljeni na tipove.
Darodavci <i>masovna davanja</i>	Građani koji u velikom broju učestvuju u raznim tipovima organizovanog davanja i koje nije moguće identifikovati po imenu.
Darodavci <i>mešoviti</i>	Slučajevi u kojima nije moguće razdvojiti darodavce, odnosno slučajevi u kojima je u akciju uključeno više tipova darodavaca.
Darodavci <i>pojedinci</i>	Pojedinci – građani koje je moguće identifikovati.
Darodavci <i>poslovni sektor</i>	Kompanije (više od 50 zaposlenih), korporativne fondacije i mala i srednja preduzeća (manje od 50 zaposlenih).
Darodavci <i>privatne fondacije</i>	Fondacije koje su osnovali privatna lica, odnosno građani, ili kombinacije fizičkih 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	Dobročinstvo, 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 (npr. zdravstvo, obrazovanje i slično).
Populacija	Reč <i>populacija</i> se upotrebljava da bi obuhvatila decu, mlade i odrasle iz određenih korisničkih grupa.

Primaoci donacija	Fizička i/ili pravna lica kojima darodavac upućuje donaciju. Najčešće se ta donacija usmerava dalje ka korisnicima.
Poslovni sektor	U poslovni sektor ubrajamo kompanije (preko 50 zaposlenih), korporativne fondacije i mala i srednja preduzeća (ispod 50 zaposlenih).
Efekat davanja / upotreba donacija	Ukazuje na način na koji je donacija upotrebljena, kao i na to da li je taj način dugoročan ili kratkoročan (npr. za kapitalnu investiciju, kupovinu opreme, pružanje usluga, materijal i potrošnu robu i slično).

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 je u tom smislu statistički zanemarljiva

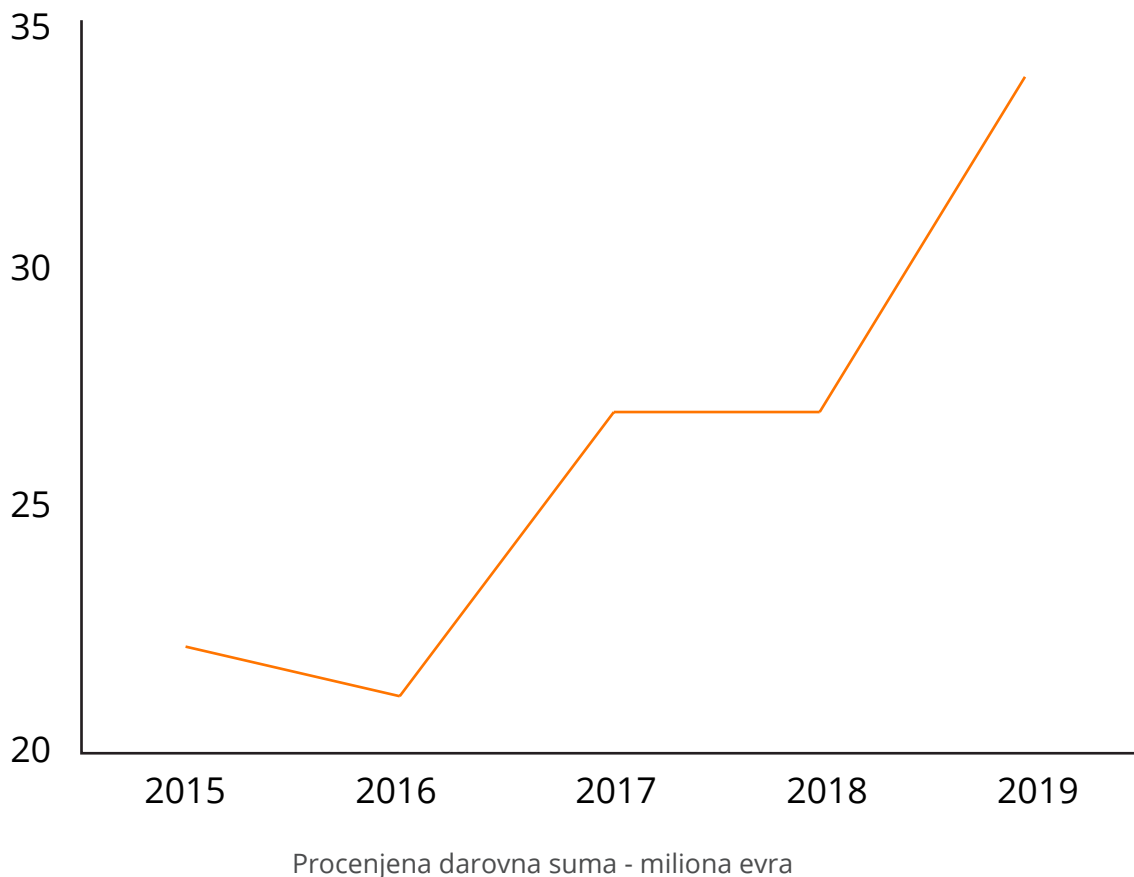
Rezime

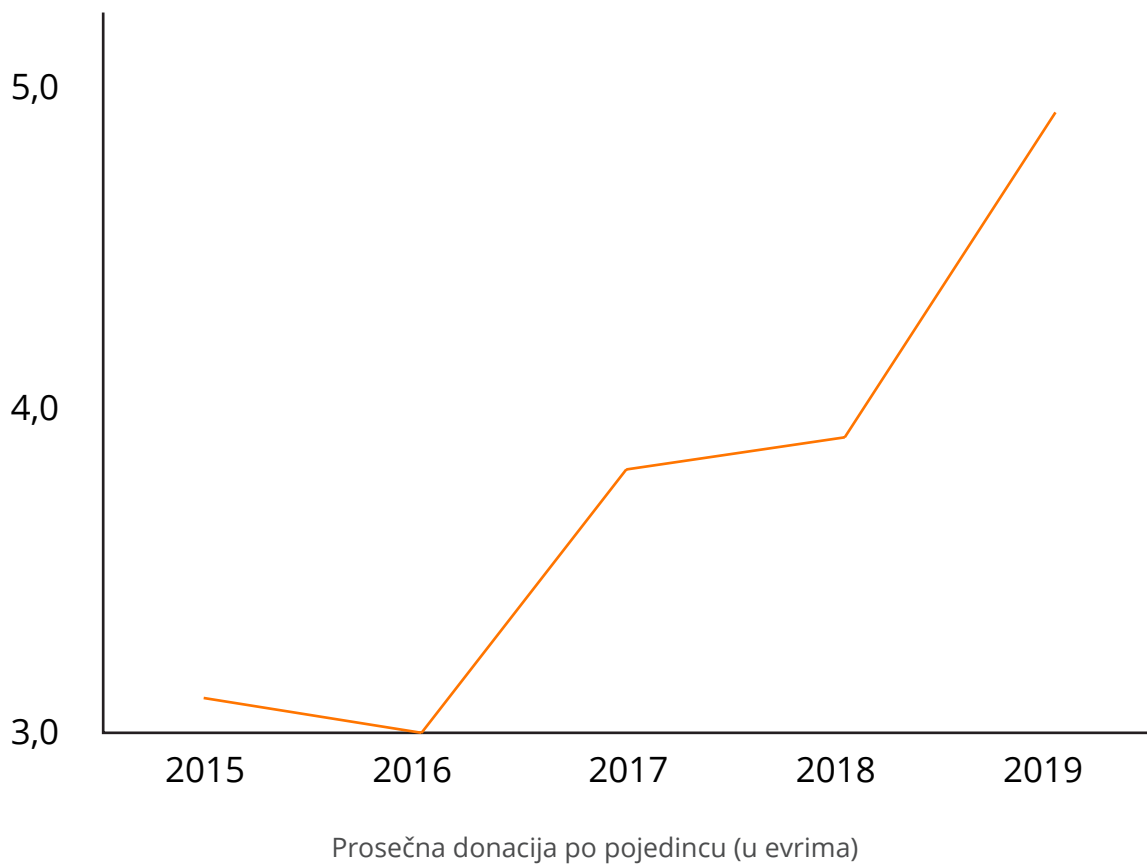
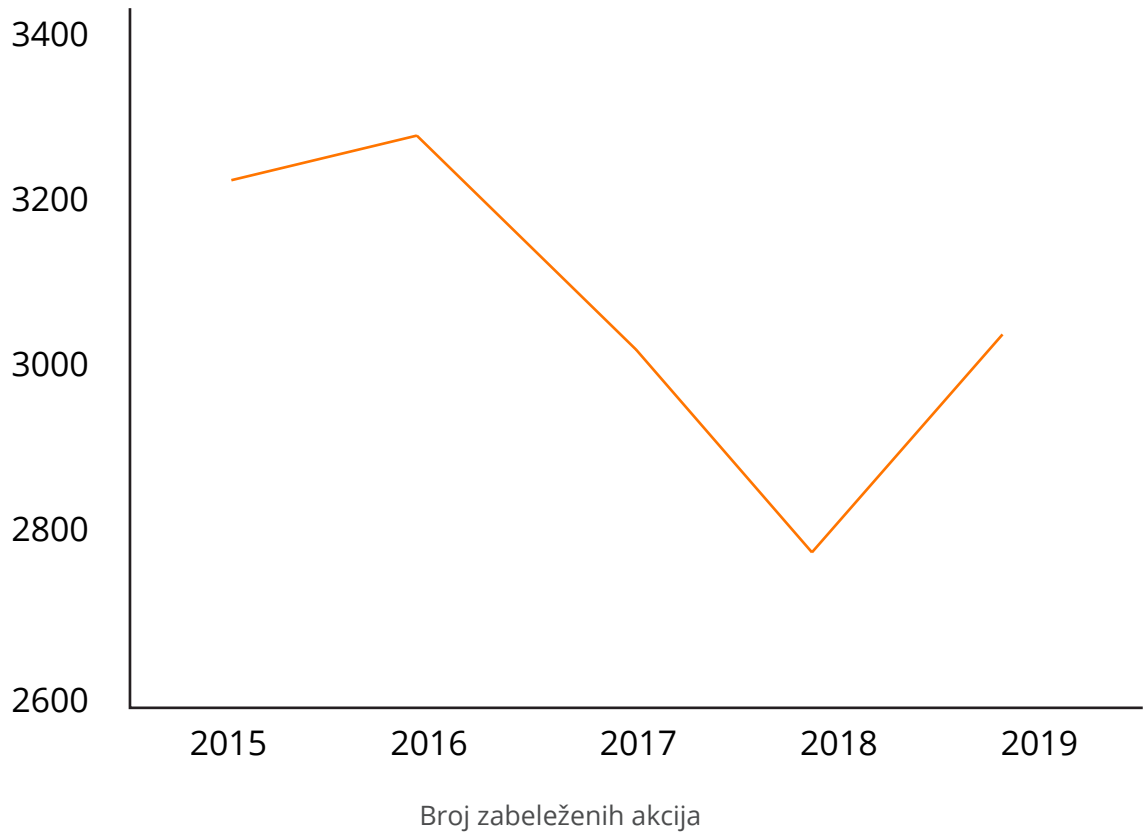
Opšte informacije

Podaci koje je Fondacija Katalist prikupila tokom 2019. godine pokazuju da je najznačajnija i najveća promena u odnosu na prethodnu godinu znatan porast nivoa davanja. Zabeležena suma, koja u 2019. godini iznosi preko 18,8 miliona evra, veća je za 18,7% u odnosu na 2018. godinu i do sada je najveća zabeležena suma od 2013. godine. U skladu sa tim, procenjena suma davanja u Srbiji u 2019. u porastu je za 26,2 % i iznosi 34,5 miliona evra, a prosečna donacija takođe je nešto veća: 4,9 evra. Aktivnost, odnosno broj jedinstvenih zabeleženih akcija, takođe je u porastu: u 2019. godini registrovano je 3.037 jedinstvenih akcija davanja za opšte dobro, što je za skoro 10% više nego u prethodnoj godini.

I ove godine građani su najaktivniji i najveći darodavci, dok je poslovni sektor na drugom mestu. Oblast koja je podržana u najvećem procentu akcija jeste zdravstvo, dok su darodavci u najvećem broju slučajeva podršku upućivali pojedincima i porodicama. Što se darovanih suma tiče, najveći procenat darovanog novca upućen je neprofitnim organizacijama. Kao i 2018. godine, najveći broj donacija upućivan je kao podrška osobama sa zdravstvenim problemima, a poverenje u neprofitni sektor pokazuje pozitivan trend jer je učestalost podrške u porastu.

Trend u odnosu na prethodni period





Davanje za opšte dobro u 2019. godini

Najaktivniji darodavci

Građani	42,4%	↔
Poslovni sektor	28,8%	↔
Pojedinci	15,2%	↔
Mešoviti darodavci	8,9%	↗

Već nekoliko godina unazad građani nastupaju kao najaktivniji darodavci; ovaj trend nastavljen je i u 2019. godini, i to na istom nivou aktivnosti kao i prethodne. Za građanima sledi poslovni sektor, čiji je udeo u broju akcija skoro jednak kao u 2019, što se odnosi i na pojedince. Broj akcija u kojima su učestvovali različiti tipovi darodavaca (mešoviti darodavci) u blagom je porastu u odnosu na 2018. godinu.

Darovane sume po tipu darodavaca

Građani	43,3%	↗
Poslovni sektor	37,8%	↗
Mešoviti darodavci	3,1%	↘
Pojedinci	8,4%	↘

I građani i poslovni sektor u 2019. godini beleže blagi porast darovanih suma. Najveći darodavci su i ove godine građani, koji potvrđuju pozitivan trend uspostavljen prethodne godine: ovo je druga godina za redom u kojoj su građani i po darovanoj sumi na prvom mestu. Suma darovana od strane pojedinaca neznatno je opala, a isti je slučaj i sa doprinosom mešovitih darodavaca.

Ključne teme u koje se ulaže

Zdravstvo	33,4%	↗
Podrška marginalizovanim grupama	22,9%	↘
Smanjenje siromaštva	14,4%	↗
Obrazovanje	12,9%	~

I ove godine najzastupljenija tema bila je zdravstvo, za koje je zabeležen nešto povećan broj akcija. Podrška marginalizovanim grupama je blago opala u odnosu na prošlu godinu, dok je broj akcija upućenih obrazovanju ostao na istom nivou. Darodavci su u 2019. godini u većoj meri nego prethodnih godina podržali smanjenje siromaštva, što je ovu temu dovelo na treće mesto, ispred obrazovanja.

Primaoci donacija

Pojedinci	39,0%	↘
Neprofitne organizacije	30,6%	↗
Institucije	25,1%	↘
Lokalne/nacionalne vlasti	3,8%	~

Darodavci su i ove godine najčešće podržavali individualne primaoce (pojedince i porodice), iako na neznatno manjem nivou nego u 2018. Zabeležen je i rast broja akcija upućenih neprofitnim organizacijama, što ih je kao primaoce dovelo na drugo mesto, dok su institucije, po broju zabeleženih akcija koje su darodavci usmerili ka njima, pale na treće mesto. Najzad, podrška lokalnim i nacionalnim vlastima ostala je stabilna i na istom nivou.

Ukoliko razmatramo darovane sume, slika izgleda nešto drugačije: neprofitne organizacije i dalje vode sa blago smanjenom zabeleženom sumom, institucije su na drugom mestu, za njima slede pojedinci/podrođice, a na kraju su lokalne i nacionalne vlasti.

Krajnji korisnici

Osobe sa zdravstvenim problemima	24,1%	↗
Populacija iz lokalnih zajednica	20,1%	↔
Ekonomski ugroženi građani	17,0%	↗
Osobe sa invaliditetom	15,2%	↔

Što se tiče krajnjih korisničkih grupa, ove godine nije bilo pada broja akcija ni za jednu od četiri ključne grupe. Podrška osobama sa zdravstvenim problemima i dalje je najučestalija i beleži mali porast u odnosu na 2018. godinu, dok je broj akcija koje su upućene kao podrška populaciji iz lokalnih zajednica ostao na istom nivou. Najveća promena koja utiče na redosled korisničkih grupa ove godine je zapravo porast učestalosti podrške za ekonomski ugrožene građane, te je ova grupa iskočila iz proseka koji je imala u prethodnih nekoliko godina, i sada se pojavljuje kao treća po redu, ispred osoba sa invaliditetom. Ipak, ovaj porast je manji od 3,5%, te stoga to još uvek ne smatramo značajnijom promenom.

1

Aktivnosti i
geografski pregled
davanja u Srbiji

1.1 Darovane sume

Godinu 2019. obeležio je porast dobročinstva u svakom smislu. Na nivou aktivnosti, ukupno je zabeleženo 3.037 jedinstvenih akcija, što je za 9,5% više nego u 2018. godini.

Nakon prošlogodišnje stagnacije, posebno ohrabruje činjenica da je tokom 2019. godine došlo i do značajnog povećanja darovane sume; ukupna zabeležena suma iz svih raspoloživih izvora je nešto iznad 18,8 miliona evra, što je za 18,7% više u odnosu na prethodnu godinu.

Ova informacija je utoliko značajnija jer su ove godine mediji u manjem broju slučajeva navodili iznose donacija, tako da ove godine za skoro 60% akcija ne postoji raspoloživ podatak o darovanoj sumi. Imajući taj podatak u vidu, možemo pretpostaviti da je nivo davanja u Srbiji zapravo veći čak i od procenjene sume: pažljiva ekstrapolacija nam govori da se procenjuje da je tokom 2019. godine u Srbiji darovano preko 34,5 miliona evra.

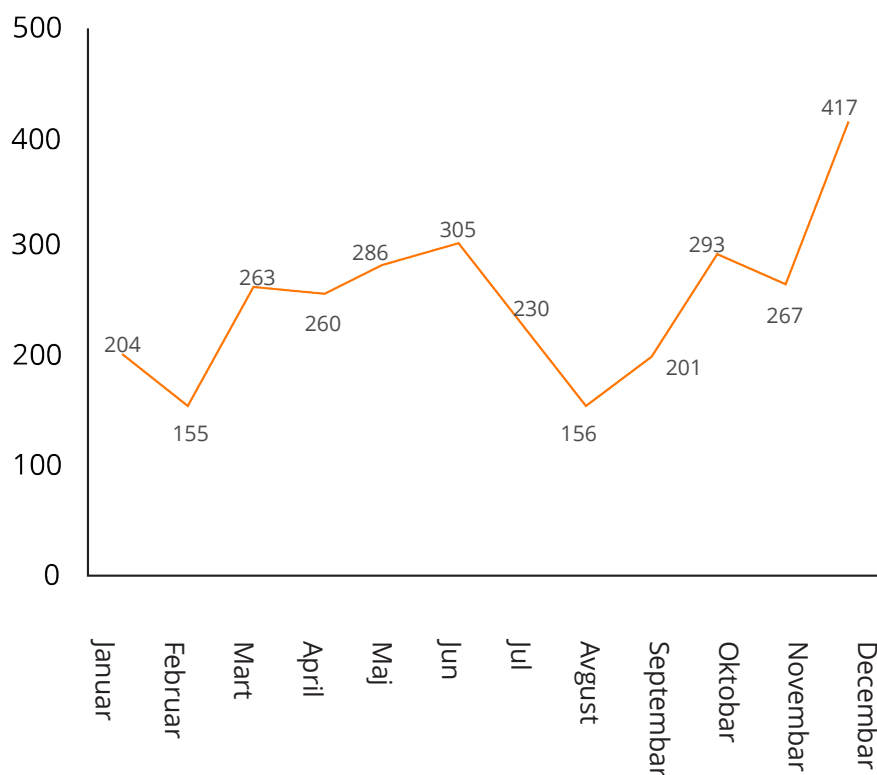
Procenjena suma

34.507.347

Darovna suma

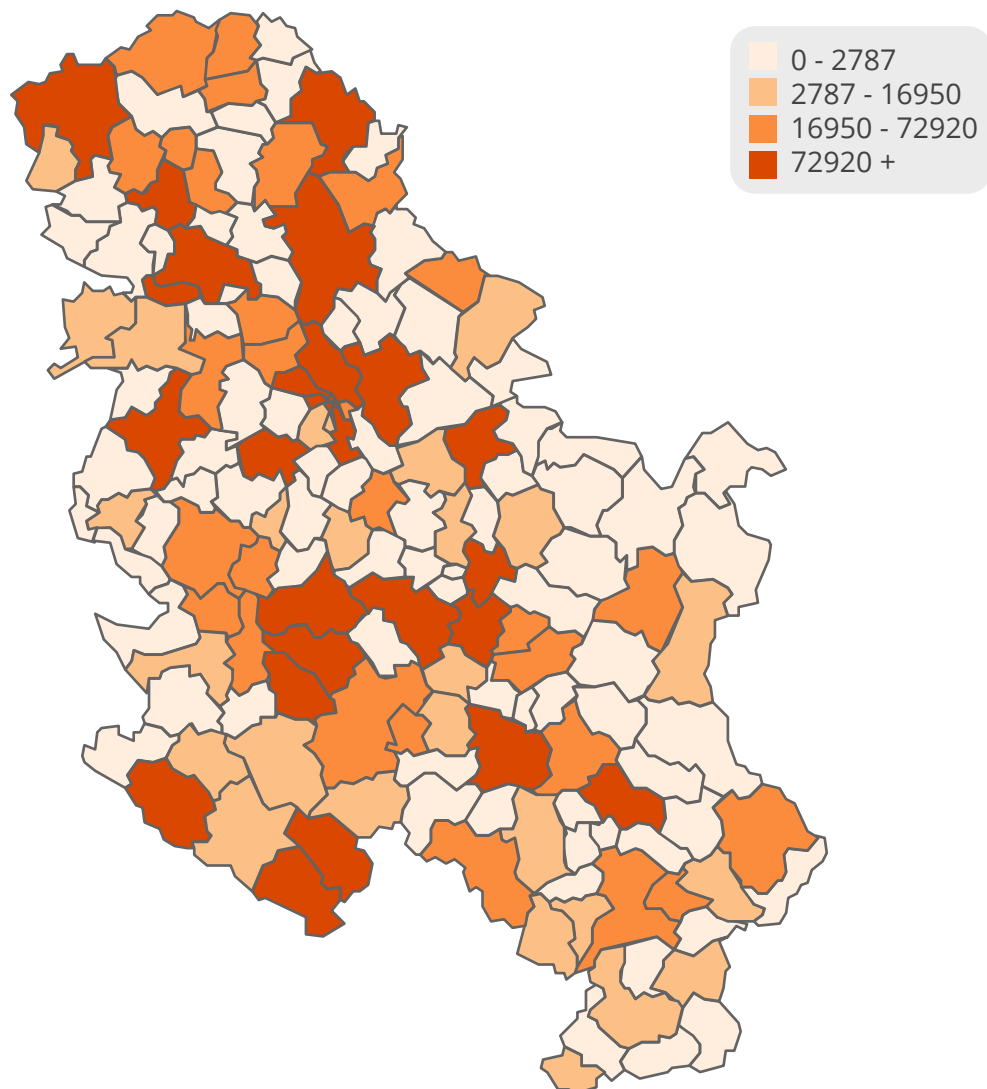
18.811.016

1.2 Dobročinstvo tokom godine



Opšta raspodela akcija u 2019. godini već godinama prati ustaljen raspored, na kome je najviše istaknut decembar zbog sezonskih davanja, odnosno poklona i paketića koji su uglavnom podeljeni deci iz ranjivih ili opštih kategorija uoči praznika. U Srbiji se takva davanja ponavljaju i tokom verskih i drugih praznika, kao što su Božić i Uskrs. Kada izuzmemo ta davanja, trend koji se ponavlja svake godine jeste rast broja donacija tokom proleća, odnosno početkom leta, i tokom jeseni, odnosno početkom zime, dok su periodi smanjenog broja akcija uzrokovani manjkom sredstava nakon praznika ili sezonom godišnjih odmora.

1.3 Dobročinstvo kroz regione



Ukupan iznos donacija kroz opštine (u evrima)

Geografska raspodela darovanja u Srbiji prati trendove prošlih godina, gde su na prvom mestu primaoci iz regiona Grada Beograda, potom Šumadije i Zapadne Srbije, zatim Vojvodine i, na kraju, Južne i Istočne Srbije, dok je procenat akcija upućenih u više regiona mali. Distribucije za svaki region pokazuju minimalne promene ili ostaju na istom nivou kao i prošle godine.

Takođe, broj donacija upućenih izvan zemlje je relativno mali, na istom nivou kao i prošle godine: donacije su upućivane Kosovu, a zatim i Albaniji, Crnoj Gori, Bosni i Hercegovini i Severnoj Makedoniji. Najvećim delom su darovane namirnice ili humanitarna pomoć za potrebe smanjenja siromaštva, urgentne pomoći ili podrške marginalizovanim grupama. Drugi, dugoročniji deo čine stipendije, prvenstveno za đake osnovnih škola, kao i oprema za osnovne škole. Takođe, beleže se pojedinačne akcije usmerene ka primaocima u Hrvatskoj, Italiji, Austriji i Francuskoj.

U celoj Srbiji tokom 2019. godine zabeležene donacije usmerene su ka ukupno 169 opština, što predstavlja blago povećanje u odnosu na 2018. godinu, kada taj broj iznosio 144.

Od gradova, Beograd kao glavni grad prima i najveći procenat donacija – 32,4%, a slede Novi Sad i Novi Pazar, koji je po broju primljenih donacija ove godine pretekao Niš. Iznad 2% akcija upućeno je još i u Zrenjanin i Tutin.

Trendovi u geografskoj raspodeli (% akcija)

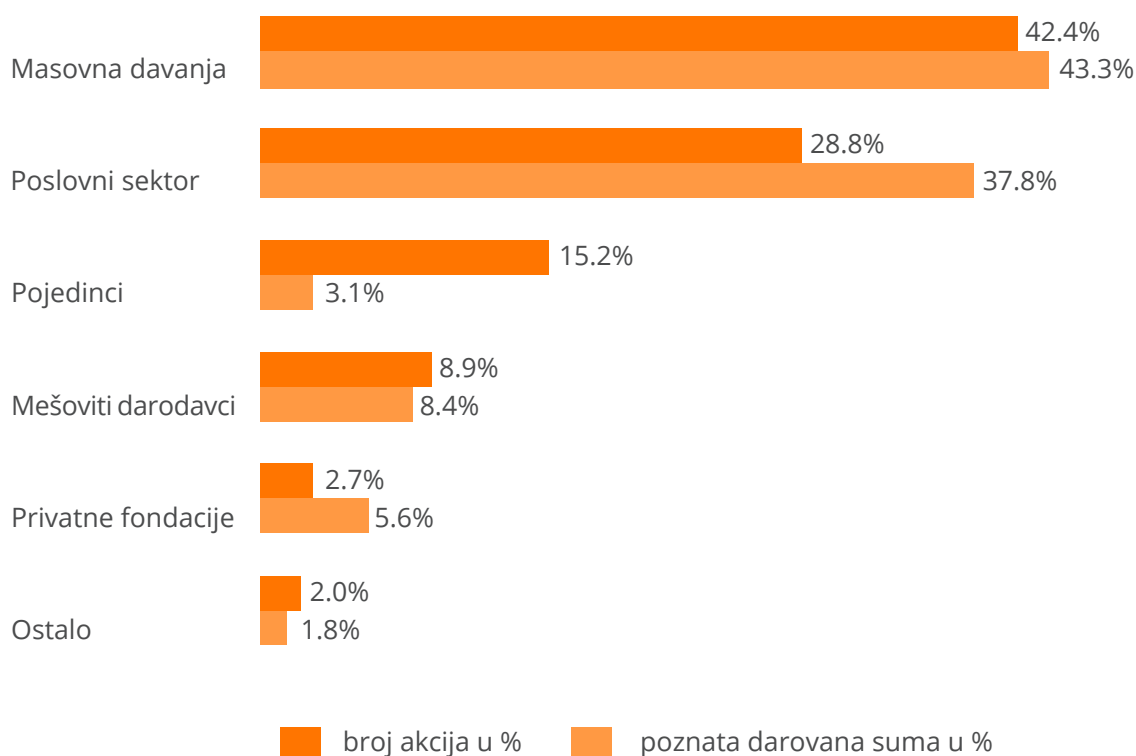
Region/godina	2017.		2018.		2019.
Grad Beograd	32,3%	↓	30,3%	↗	33,0%
Šumadija i Zapadna Srbija	21,1%	↗	24,7%	↻	24,8%
Vojvodina	24,3%	↓	22,9%	↓	21,6%
Južna i Istočna Srbija	16,3%	↻	16,8%	↓	15,6%
van Srbije	3,4%	=	3,4%	↻	3,1%
više regiona	2,6%	↻	1,9%	=	1,9%



Ko su darodavci

2.1 Učešće različitih tipova darodavaca

Dva kriterijuma prema kojima sagledavamo učešće različitih darodavaca jesu broj akcija i poznata darovana suma. Na donjem grafikonu prikazano je učešće svih tipova darodavaca prema broju akcija i prema učešću u ukupnoj zabeleženoj sumi.



Tokom 2019. godine darodavci su bili aktivniji i darovali su više nego prošle godine. Procenjuje se da je kroz ukupno 3.037 akcija darovano preko 34,5 miliona evra.

Sva tri ključna tipa darodavaca – građani, poslovni sektor i pojedinci – zadržala su približno isti nivo aktivnosti kao i u 2018. godini. Kroz akcije masovnih davanja građani i ove godine drže prvo mesto kao najaktivniji darodavci. Poslovni sektor je nakon pada aktivnosti tokom 2018. godine ostao na približno istom nivou ove godine, što je slučaj i sa pojedincima. Ove godine udeo mešoviti darodavaca u broju akcija je veći i vratio se na nivo iz 2017. godine.

Što se darovanih suma tiče, nastavlja se trend utvrđen prošle godine: najdarežljiviji su građani, sa udelom koji je u odnosu na prošlu godinu uvećan za 2,9%. Nakon pada u darovanoj sumi u 2018. godini, poslovni sektor je u 2019. zabeležio blago povećanje. Procenat udela individualnih darodavaca u ukupnoj zabeleženoj sumi ove godine je manji za 2,7% – podaci govore da su ove godine izostale donacije velikih novčanih vrednosti, kakve smo imali prošle godine.

Mešoviti darodavci su se, nakon skoka nivoa davanja u prethodnoj godini, sada vratili na nivo iz 2017, dok su privatne fondacije imale blago povećanje udela u ukupnoj darovanoj sumi, što je još uvek ispod nivoa njihovih davanja u 2017.

Privatne fondacije koje su donirale iz privatnih/dijasporskih izvora ove godine, kao i prethodnih godina, uključuju Fondaciju „Ana i Vlade Divac“, Fondaciju „Novak Đoković“ i Fond „Nj. k. v. Princeza Katarina“ iz Beograda, zatim Fondaciju „Evro za znanje“ iz Kosjerića, ali ove godine i Fond „Ljilja i Milka Mijatov“ iz Zrenjanina.

Ukoliko na osnovu raspoloživih podataka uporedimo darodavce i geografsku distribuciju, dolazimo do nekoliko interesantnih zaključaka: u proseku 69% akcija kreće se od darodavaca ka primaocima u okviru istog regiona. Ta razmena unutar regiona dostiže 78% u Južnoj i Istočnoj Srbiji i 70% u Šumadiji i Zapadnoj Srbiji, što pokazuje da darodavci prepoznaju potrebe i značaj ulaganja u sopstvene zajednice.

Više od polovine zabeleženih akcija poslovnog sektora (velikih, malih i srednjih preduzeća i korporativnih fondacija) dolazi iz Beograda, zatim iz Novog Sada (u 15% slučajeva), nakon čega slede ostali gradovi sa malim i uglavnom izjednačenim procentima. Novi Sad je takođe prisutan u značajnijem broju kampanja u poređenju s drugim gradovima u kojima su građani kolektivno darivali.

Kao i svake godine, značajan broj akcija dolazi od dijaspor. Nivo aktivnosti darodavaca iz dijaspor (15,5%) gotovo je isti kao i u 2018. godini, dok je njihov udeo u ukupnoj darovanoj sumi nešto manji nego prethodne godine i iznosi 7,1%. Ove godine su čak dve trećine svih medijski pokrivenih akcija iz dijaspor išle preko „Humanitarnog mosta“ portala Vesti online, iako treba imati u vidu da to nije sveobuhvatna slika, jer ova vrsta davanja u medijima često biva nezapažena.

Broj zabeleženih akcija (u %)	2017.		2018.		2019.
Građani	41,1%	↗	42,9%	↔	42,4%
Poslovni sektor	33,4%	↘	29,5%	↔	28,8%
Pojedinci	12,8%	↗	15,4%	↔	15,2%
Poznata darovana suma (u %)	2017.		2018.		2019.
Građani	28,8%	↗	40,4%	↗	43,3%
Poslovni sektor	48,9%	↘	36,4%	↗	37,8%
Pojedinci	4,8%	↔	5,8%	↘	3,1%

DAVANJA DIJASPORE

Anka i David Erne koji žive u SAD su dugogodišnji donatori Fondacije „Ana i Vlade Divac“. U 2019. su, između ostalog, obezbedili sredstva za 50 stipendija za decu širom Srbije, pomoć za 11 porodica na Kosovu i Metohiji i 2.000 toplih obroka za Narodnu crkvenu kuhinju u Beogradu. Zahvaljujući njima 164 porodice u selima Srbije dobile su pomoć u vidu poljoprivredne mehanizacije, domaćih životinja i renoviranja štala. Takođe, obezbeđeno je i pet kuća za ugrožene porodice. Anka Jakšić Erne iz SAD donirala je Fondaciji „Ana i Vlade Divac“ 30.000 dolara za izgradnju mosta u Kuršumlijskoj banji preko Banjske reke i spojila 500 žitelja sedam sela sa svetom. Anka Erne je sa suprugom u 2019. pomogla više od 3.000 ljudi širom Srbije.

Rajka Tarlać, nominovana za nagradu VIRTUS za individualni doprinos filantropiji u 2019. godini, pre više od pola veka otišla je iz rodnog sela Ivanjsko podno Kozare u Australiju u potrazi za poslom. Više od dve decenije ona pomaže siromašne i gladne porodice sa puno dece, jednoroditeljske porodice, decu bez roditeljskog staranja, bolesne i same starije ljude u nekim od najudaljenijih sela Srbije, Crne Gore, Bosne i Hercegovine, Kosova. Pred svaki praznik ili značajni datum gospođa Tarlać zajedno sa svojim prijateljima iz Australije priprema donacije vredne nekoliko hiljada australijskih dolara koje šalje ekonomski ili na drugi način ugroženim građanima Srbije. Pored toga, ona i njeni prijatelji redovno pomažu više pojedinaca i porodica mesečnim donacijama.

Kada su u pitanju udruženja iz dijaspore, ove godine izdvajamo Udruženje za solidarnost i kulturu „Bosna–Sandžak“ iz Turske, koje je Domu zdravlja u Tutinu podarilo donaciju vrednu 100.000 evra za opremanje porodilišta. Ova sredstva su upotrebljena za nabavku ultrazvučnog kolor-dopler aparata, pet inkubatora, autoklava, tri porođajna stola, dvanaest bolesničkih kreveta, kao i hirurških setova, što će najviše značiti i poslužiti budućim generacijama novorođenih beba, trudnicama i porodiljama.

¹Zbog trenutne zdravstvene situacije i uvođenja vanrednog stanja u Republici Srbiji, izbor dobitnika i ceremonija dodela godišnjih nagrada VIRTUS za doprinos filantropiji, koje dodeljuje Trag fondacija, odložena je do daljeg. Iako u ovom izveštaju nije bilo moguće imenovati dobitnike, svi nominovani pojedinci, kompanije i organizacije predstavljaju izuzetne primere dobre prakse.

DOPRINOS POJEDINACA

Škola u Tovrljanu nastavila je rad nakon više od 25 godina, što je bio veliki izazov za mladog učitelja početnika Marka Čikarića. Počevši od nule i postepeno stvarajući uslove za redovno odvijanje nastave, zahvaljujući Markovoj inicijativi, škola je za kratko vreme postala svojevrsni centar okupljanja i društvenog života ovog zaboravljenog kraja prokupačke opštine. Učitelj Marko svakog dana odlazi po učenike (njih sedmoro) koji stanuju u okolnim selima, sa njima provodi vreme tokom nastave i obezbeđuje im prevoz natrag kućama. Van svog radnog vremena i vikendom obavlja poslove za meštane koji nisu u mogućnosti da ih sami obave. Vrlo često lična sredstva upotrebljava za nabavku potrebnih sredstava za školu i gorivo za prevoz učenika. Svakom učeniku kupuje poklon za rođendan. Do sada je uspeo da obezbedi donacije savremenih učila za školu, sredstva za renoviranje škole, opremu za sport, školski pribor, novogodišnje paketiće za decu. Meštani sela se često oslanjaju na njegovo znanje u kontaktu sa lokalnom samoupravom i u rešavanju problema sa kojima se susreću – zahvaljujući njegovom angažovanju, delom su završeni putevi prema selu i okolnim selima. Zbog svog filantropskog rada i velikog doprinosa razvoju lokalne zajednice u kojoj živi i radi, Marko je ove godine nominovan za nagradu VIRTUS u kategoriji Individualni doprinos filantropiji.

Za nagradu VIRTUS u kategoriji Individualni doprinos filantropiji u 2019. godini nominovana je i Mirjana Mutuc, knjigovođa iz Novog Sada, koja sa svoje dve kćerke već godinu i po dana, dva puta sedmično, priprema i donira obroke kuvane hrane za 8 porodica koje je ne mogu priuštiti. Te porodice se smenjuju u zavisnosti od situacije, ali uvek ih je osam. Višak hrane koju pripremaju za svoje ukućane one odvajaju i dele jednoroditeljskim porodicama, ljudima koji su izgubili posao ili onima koji trenutno nemaju novca. Kada su potrebe počele da prevazilaze njihove mogućnosti, otvorile su Fejsbuk grupu „Obrok za porodicu“, pa se priča raširila širom Srbije. Grupa sada broji oko 7.000 članova, a hrana za porodice se, osim u Novom Sadu, priprema u porodicama u 24 mesta širom zemlje. Sada svako od 24 mesta, gde postoje neformalno organizovane građanke koje kuvaju hranu za one koji je nemaju, ima svoju posebnu Fejsbuk grupu. Mirjana i njene kćerke su u kontaktu sa svim predstavnicama grupa i međusobno dele informacije i iskustva, a osim u pripremi toplih obroka dva puta nedeljno, sve tri snabdevaju osnovnim životnim namirnicama preko 40 porodica.

Na sličan način Aleksandar Smerdov, takođe nominovan za nagradu VIRTUS za Individualni doprinos filantropiji u 2019. godini, priprema i poklanja užinu za šestoro socijalno ugrožene dece. Aleksandar je vlasnik restorana brze hrane u Vršcu, a njemu su se ubrzo priključili i lokalni donatori i velike kompanije sa ciljem da se užina obezbedi svoj socijalno ugroženoj deci školskog uzrasta na teritoriji Vršca. Tokom 2019. godine Aleksandar je podelio između 7.000 i 7.500 bonova za obrok u školama u ukupnoj vrednosti od 600.000 dinara za 39 socijalno ugrožene dece. Osim toga, na Aleksandrovu inicijativu Minaqva je svakog meseca donirala flašice vode uz užinu, dok je Carnex u dva navrata donirao po paket gotovih jela koji su deca nosila svojoj kući kao obrok za svoju porodicu.

Nesvakidašnji primer koji se ove godine izdvojio jeste plemeniti čin Zorana Kocića iz Novog Sada, koji je na Svetski dan dobrote svoju vikendicu na Popovici poklonio Nacionalnom udruženju roditelja dece obolele od raka – NURDOR, s namerom da ova kuća bude mesto za oporavak dece nakon završetka lečenja. Vikendica ima 100 kvadrata prostire se na placu od devet ari i ima veliko dvorište. Za sređivanje dvorišta će se pobrinuti Gradsko zelenilo o trošku preduzeća. Takođe, mnogi volonteri su se javili da poprave instalacije kako bi ova vikendica mogla da se koristi za boravak mališana u prirodi.

PRIVATNE / KORPORATIVNE FONDACIJE

Kako bi ukazala na važnost očuvanja mentalnog zdravlja i ohrabrila širu javnost da potraži podršku stručnjaka ukoliko joj je potrebna, Hemofarm fondacija je od aprila do decembra 2019. godine organizovala seriju od deset tribina pod nazivom „Na kafi sa psihologom“ u beogradskom prostoru Dorćol Platz. Na svojevrsnim besplatnim sesijama sa psiholozima i psihijatrima posetioci su otvoreno razgovarali i dobili niz saveta o depresiji, razvodu, stresu na poslu, balansu između karijere i porodice, načinima na koje se mogu izboriti sa bolešću i neplodnošću, dečjoj zavisnosti od upotrebe elektronskih uređaja, sindromu izgaranja i prazničnoj euforiji. Ovaj program popularizacije očuvanja mentalnog zdravlja Hemofarm fondacija je realizovala uz podršku Instituta za psihologiju Filozofskog fakulteta u Beogradu, a planira se njegov nastavak i u 2020. godini. Za ovaj doprinos Hemofarm fondacija je u ovoj godini nominovana za nagradu VIRTUS za doprinos lokalnoj zajednici u kojoj kompanija posluje.

Tokom 2019. godine Fondacija „Ana i Vlade Divac“ je uz pomoć sredstava individualnih donatora iz dijaspore i kompanija iz Srbije obezbedila sredstva za nekoliko veoma važnih namena. Stipendije u mesečnom iznosu od 10.000 dinara dobilo je 137 odličnih učenika koji imaju otežane uslove odrastanja. Sredstva za ovu namenu prikupljena su između ostalog u novembru 2019. godine, kada je u saradnji sa filantropskom zajednicom u Njujorku organizovano Prvo srpsko filantropsko gala veče, kome je prisustvovalo 350 dobrotvora iz SAD, Kanade i Evrope koji su tada ukupno donirali preko 45.000 evra. Druga inicijativa vredna pomena jeste IT Bootcamp – inicijativa grupe donatora iz dijaspore koja je odlučila da otvori IT školu u saradnji sa Fondacijom „Ana i Vlade Divac“. Cilj škole je da pruži besplatno znanje populaciji koja nije imala priliku za formalno IT obrazovanje. Kako bi povećali plasman studenata za radna mesta, kursevi su fokusirani na praktičnu primenu na poslu. U 2019. godini IT Bootcamp je, osim u Beogradu, priliku za edukaciju pružio i građanima Niša i okoline. U oba grada 291 polaznik je uspešno završio školu, a od njih 202 koji su školu završili do septembra 2019, 50% je našlo posao ili praksu. U decembru je, dodatno, u oba grada školu završio 91 polaznik, od čega je do sada 20 polaznika našlo posao ili praksu.

Zadužbina Nikole Spasića je beogradskom Institutu za neonatologiju donirala Echo-Screen III PRO slušni aparat TEOAE. Vrednost donacije je 5.898 evra. Ove godine Zaduzbina Nikole Spasića je donirala i opremu Odeljenju za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju u okviru Doma zdravlja Nova Varoš u vrednosti od 2.985 evra, kao i uređaj Ekomedico-H Specijalnoj bolnici za rehabilitaciju Gamzigrad u vrednosti od 2.694 evra.

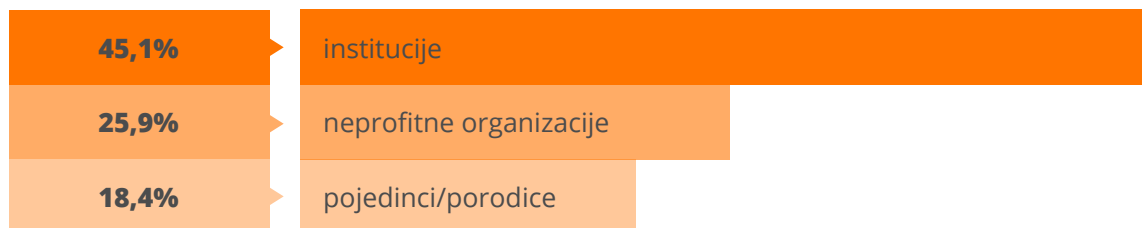
PODRŠKA PROJEKTIMA VAN REGIONA

Na globalnoj manifestaciji za prikupljanja sredstava pod nazivom Wings For Life World Run (Kрила za život – globalna trka), organizovanoj na Adi Ciganliji u Beogradu, učestvovalo je nekoliko hiljada trkača iz Srbije i regiona, koji su na ovaj način dali svoj doprinos pronalaženju leka za povrede kičmene moždine. Wings for Life (Kрила za život) jeste neprofitna fondacija iz Austrije koja finansira naučna istraživanja i klinička ispitivanja sa ciljem da pronade lek za ovu vrstu povreda i zdravstvenih problema. Od 2014. godine ova trka organizuje se jednom godišnje u mnogim gradovima Evrope kako bi se prikupila sredstva za rad Fondacije i naučna istraživanja.

2.2 Profili najčešćih darodavaca

2.2.1 Poslovni sektor

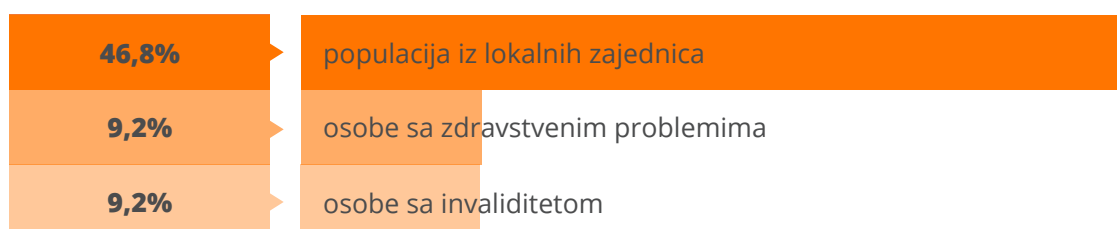
Tri vodeća primaoca donacija



Tri vodeće teme



Tri vodeće ciljne grupe



Poslovni sektor već godinama najaktivnije podržava institucije, za koje se beleži skoro polovina svih akcija koje dolaze od kompanija, malih i srednjih preduzeća i korporativnih fondacija. U 2019. godini ovaj procenat jednak je nivou podrške iz 2018. Za njima slede neprofitne organizacije, a zatim pojedinci i porodice. Fluktuacije procenata tokom poslednje tri godine nisu značajne i iznose manje od 2,5%, s tim da su institucije i pojedinci i porodice zadržali nivo iz prošle godine, dok je procenat akcija za neprofitne organizacije malo porastao. Interesantan je podatak da donacije poslovnog sektora za pojedince uglavnom podrazumevaju školarine za učenike i talentovanu decu i mlade.

Ako pogledamo davanje za državu, na godišnjem nivou poslovni sektor upućuje u proseku više od polovine akcija institucijama i lokalnim i nacionalnim vlastima. Od ukupnog broja akcija za državu od strane kompanija i malih i srednjih preduzeća u 2019. godini (54%) većina je namenjena institucijama (83,5%, i to najviše obrazovnim i zdravstvenim institucijama), dok su lokalne i nacionalne vlasti podržane sa 16,5% akcija.

Što se tiče tema, poslovni sektor se ove godine najčešće opredeljivao da podrži obrazovanje, i to u nešto većem procentu nego prethodne godine. Redosled ostalih tema je drugačiji jer je ove godine poslovni sektor veći broj akcija uputio kao podršku za zdravstvo, te je podrška marginalizovanim grupama pala na treće mesto. Kao i kod primalaca, razlike u procentima iz godine u godinu su minimalne, što donekle govori o dugoročnijem delovanju i opredeljenosti poslovnog sektora za određene ciljeve.

Podržane korisničke grupe ostaju iste i redosled se ne menja: na prvom mestu je populacija lokalnih zajednica, gde se beleži porast broja akcija od 4%, što korespondira sa blagim povećanjem za temu obrazovanja, (učenici u srednjim i osnovnim školama, kao i deca u vrtićima u lokalnim zajednicama širom zemlje, najčešći su korisnici u okviru oblasti obrazovanja). Na drugom mestu nalaze se osobe sa invaliditetom i osobe sa zdravstvenim problemima, koje beleže isti procenat i nivo kao i prethodne godine. Na kraju je ekonomski ugrožena populacija, koja je u blagom porastu.

PRIMERI DAVANJA POSLOVNOG SEKTORA

U nizu akcija koje je kompanija DM drogerie markt d.o.o. pokrenula u Beogradu tokom prošle godine istakla se akcija „Giving Friday“ („Darivanje petkom“), čiji je cilj bio da ukaže na važnost darivanja i humanosti, te da motiviše kupce na učestvovanje i prikupljanje sredstava usmerenih na donaciju. Poslednjeg petka u novembru kompanija je donirala 5% ukupnog prometa u svim DM drogerijama u Srbiji prikupivši preko 25.000 evra (3 miliona dinara) za Univerzitetsku dečju kliniku Tiršova. Postala je ustaljena praksa da se na dan otvaranja filijala deo ostvarenih sredstava od prodaje usmeri u humanitarne svrhe, te je u 2019. godini na taj način prikupljeno preko više od 21.000 evra (2,5 miliona dinara) za 13 različitih institucija i organizacija. DM drogerie markt d.o.o. takođe podržava akciju „Čepom do osmeha“ postavljanjem kutija u svim drogerijama i poslovnim zgradama kompanije, a u toku 2019. godine skoro 20% svih čepova prikupljeno je u mreži dm objekata. Kompanija DM drogerie markt d.o.o. nominovana je za glavnu nagradu VIRTUS za doprinos na nacionalnom nivou u 2019. godini.

U prethodnoj godini Mastercard je na tržištu Srbije sproveo istraživanje čiji je rezultat bilo većinsko mišljenje javnosti da je zdravstvo (a pre svega zdravlje najmlađih) oblast u koju bi građani želeli da se ulaže više. Stoga je ova kompanija odlučila da podrži kampanju Nacionalnog udruženja roditelja dece obolele od raka NURDOR za izgradnju nove Roditeljske kuće donacijom od 250.000 evra u 2019. godini, te je za ovaj doprinos kompanija Mastercard nominovana za glavnu nagradu VIRTUS za doprinos na nacionalnom nivou. Pored toga, ova kompanija drugu godinu zaredom sprovodi društveno odgovorni projekat „Škola kao nacrtana za vas“, pokrenut u saradnji sa Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja. Cilj projekta je poboljšanje uslova za rad i učenje u srednjim ekonomskim školama u Srbiji. Banka odvaja određeni deo svojih prihoda od svake transakcije koju klijenti banke izvrše humanitarnom Mastercard kreditnom karticom „Eurobank Veliko srce“. Sredstva u visini od oko 12.000 evra su u 2019. donirana Prvoj ekonomskoj školi u Beogradu za opremanje novog kabineta za statistiku i računovodstvo. Takođe, u junu 2019. godine, zahvaljujući podršci od oko 20.000 evra, učenici ekonomske škole „Stana Milanović“ iz Šapca dobili su elektronsko-jezičku laboratoriju, u kojoj će na savremen način učiti strane jezike, kao i laptopove za biblioteku, dok je u ekonomskoj školi „Bosa Miličević“ u Subotici opremljen kabinet virtuelne banke.

U okviru programa „Coca-Cola podrška mladima“, kompanija Coca-Cola HBC – Srbija d.o.o. u 2019. godini uložila je 112.600 evra u podršku profesionalnom razvoju i smanjenje nezaposlenosti mladih. Ukupno 2.462 mladih (18–30 godina) ove godine je prošlo kroz trodnevni trening u 20 gradova u Srbiji ili e-learning na onlajn platformi coca-colapodrskamladima.rs. Drugi interesantan program ove kompanije zove se „Stižemo sa juga“, koji je pokrenut u saradnji sa Privrednom komorom Srbije i Smart kolektivom. Cilj ovog programa je da osnaži male proizvođače hrane sa juga Srbije i pomogne im da razviju svoje poslovanje. Devet izabranih preduzetnika (socijalna preduzeća i zadruga) dobilo je priliku da tokom leta i jeseni u 10 gradova Srbije, u okviru manifestacije „Izađi mi na teglu“, kao i kroz onlajn prodavnicu, na inovativan način direktno promoviše i prodaje svoje proizvode. Pored toga, svih 9 učesnika dobilo je i mentore – menadžere iz oblasti prodaje, marketinga, proizvodnje, finansija itd. Za program „Stižemo sa juga“ kompanija je opredelila ukupno 44.831 evro.

Komercijalna banka a.d. Beograd je u 2019. godini podržala zdravstvo sa dve značajne donacije. U saradnji sa Fondom B92 u okviru kampanje „Zajedno za bebe“, pokrenute za opremanje porodilišta u Srbiji, Komercijalna banka je donirala inkubator Odeljenju intenzivne nege Službe pedijatrije Opšte bolnice u Pančevu, u vrednosti od 7.060 evra. Takođe, istoj zdravstvenoj instituciji uručen je medicinski aparat video-gastroskop vredan 17.208 evra. I kompanija Carnex d.o.o. Vrbas investirala je sredstva za podršku zdravstvu: 70.000 evra donirano je Opštoj bolnici u Vrbasu za adaptaciju i nabavku najsavremenije opreme za operacionu salu za carski rez na porodiljskom odeljenju.

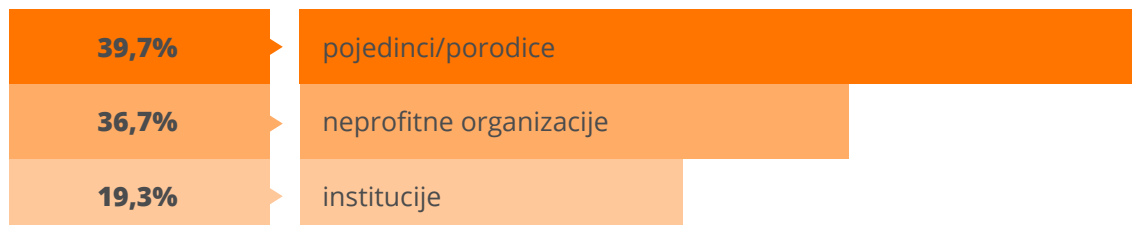
Preduzeće Eko Step Pellet iz Petrovca na Mlavi, koje se bavi proizvodnjom peleta, redovno podržava aktivnosti i akcije u lokalnoj zajednici kroz novčane i robne donacije, ali i vreme svojih zaposlenih. Za Dom za decu i lica ometena u razvoju „Dr Nikola Šumenković“ preduzeće je organizovalo nagradnu igru i tombolu na Danu otvorenih vrata u septembru 2019. godine, a prikupljena sredstva je donirala za kupovinu opreme. Pored redovnih donacija u novcu, preduzeće je pokrenulo inicijativu sadnje drveća u dvorištu Doma, uključivši u akciju i svoje zaposlene. Eko Step Pellet takođe redovno podržava sportske klubove na teritoriji opštine Petrovac na Mlavi, a naročito ženski sport, te je u protekloj godini podržao ŽRK Sloga novčanim donacijama na mesečnom nivou, kao i kroz kupovinu neophodne opreme za igračice i trenere. Zbog svog doprinosa ovo preduzeće nominovano je za nagradu VIRTUS za mala i srednja preduzeća u 2019.

Kompanija MDG d.o.o. Prijepolje, domaći ogranak kanadske firme koja se bavi prodajom elektronskih uređaja, tehnike i nameštaja, donirala je sredstva za ugradnju dva lifta Opštoj bolnici u Prijepolju. To predstavlja veliku stvar, i to ne samo za bolnicu, već i za pacijente, jer sada mogu bezbedno da stignu na interno i hirurško odeljenje. Takođe, liftovi su olakšali posao osoblju, koje do tada moralo da prenosi pacijente na sprat. Vrednost donacije je 80.000 evra.

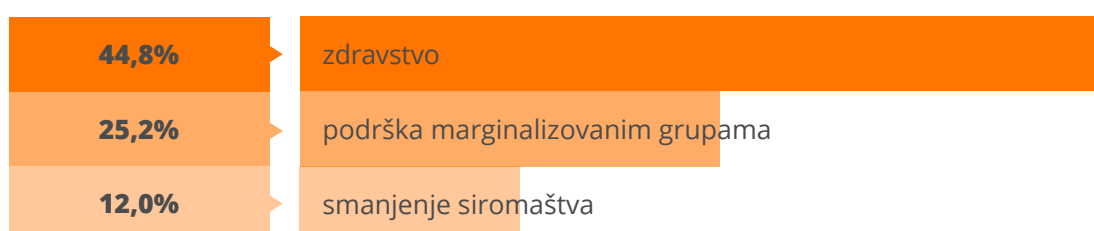
Akademija Filipović iz Jagodine je i u 2019. godini nastavila da pokazuje doprinos zajednici kroz niz projekata i donacija koje je uspešno realizovala. U okviru „Prvog festivala mladih pesnika“ Akademija Filipović je organizovala nagradni konkurs „Ja stihom, a ti slikom“. Pristiglo je 8.000 radova, a nagrada za najbolje učesnike se sastojala iz dve interaktivne table. Na Nacionalni dan davanja Akademija Filipović je donirala dve prenosne interaktivne table u vrednosti od 1.342 evra Osnovnoj školi „Sremski front“ iz Šida. Osim toga, Akademija Filipović je putem nagradnog konkursa „Najuređeniji Elektronski Portfolio 2019“ doprinela razvoju i promociji elektronskog portfolija i motivisala nastavnike da više koriste digitalne tehnologije. Pobednici su nagrađeni knjigama i studijskim putovanjem u Sloveniju. U saradnji sa Zajednicom elektrotehničkih škola Srbije, Akademija Filipović je 2019. godine realizovala i besplatni akreditovani seminar za nastavnike „Elektronski portfolio“ u Tehničkoj školi u Zaječaru. Cilj seminara je bio motivacija i edukacija nastavnika za primenu savremenih informacionih tehnologija za evaluaciju i praćenje svog stručnog usavršavanja.

2.2.2 Građani – davanja kroz masovne akcije

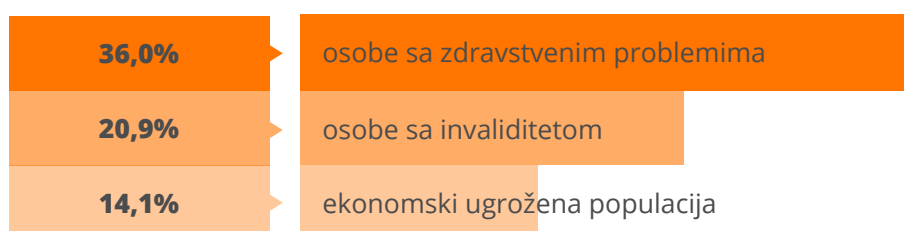
Tri vodeća primaoca donacija



Tri vodeće teme



Tri vodeće ciljne grupe



Za razliku od poslovnog sektora, građani u najvećem broju akcija podržavaju pojedince i porodice, a potom neprofitne organizacije. Aktivnost građana za ove primaoce je najveća jer se za njih najčešće i organizuju akcije masovnog davanja i grupnog finansiranja (kampanje i apeli, događaji, onlajn platforme), u kojima građani najredovnije i najlakše učestvuju. Institucije su na trećem mestu. Opao je broj akcija za individualne primaoce, kao i za institucije, dok procenat učestalosti akcija građana za neprofitne organizacije iz godine u godinu raste, a u odnosu na 2018. godinu je skočio za 6,7%. Ovo je pozitivan trend koji ukazuje na konstantno jačanje poverenja u neprofitni sektor od strane svih tipova darodavaca.

Najveći deo novca građani daruju neprofitnim organizacijama – ove godine čak 87,8% darovane sume, što je više nego u 2018. Pojedinci i porodice su daleko ispod sa 9,6% novca, dok za institucije građani izdvajaju samo 2,5%. Međutim, ovde treba imati u vidu da je veliki deo sume koji građani upute neprofitnim fondacijama zapravo namenjen pojedincima (najčešće za lečenje).

Redosled tema koje građani podržavaju nije se menjao u poslednjih pet godina, a promene u procentima akcija su minimalne. Najveći broj akcija ide za podršku zdravstvu, nešto manje od polovine, što znači da je ovaj procenat na istom nivou kao i prošle godine. Podrška marginalizovanim grupama porasla je za manje od 2%, dok je trećeplasirana tema smanjenja siromaštva zadržala isti nivo kao i prethodne tri godine. U skladu sa najpodržavanijom temom, podršku građana najčešće koriste osobe sa zdravstvenim problemima, čiji je procenat u blagom porastu. Slede osobe sa invaliditetom, i na kraju ekonomski ugrožena populacija – obe kategorije na istom nivou učestalosti podrške kao i u 2018. godini.

PRIMERI DAVANJA GRAĐANA

Motivisani učiteljičinim aktivnim učešćem u humanitarnim akcijama, učenici odeljenja II/2 Prve obrenovačke osnovne škole isprva su se angažovali u prikupljanju novca i robe za svoje drugare iz razreda koji žive skromno. Oni od početka svog školovanja prikupljaju novčana sredstva prodajući svoje radove i crteže, ali i pomoć u vidu odeće, obuće, sredstava za higijenu i hrane u vrednosti od više stotina evra. U okviru akcije „Slikom do osmeha“ prikupili su novčanu pomoć za lečenje svoje drugarice od prodaje slika i crteža koje su sami izradili, dok su im roditelji pomogli pri uramljivanju. Na vlastitu inicijativu prikupljali su sredstva za drugare iz Svratista u Beogradu. Akciju su otpočeli izradivši plakat, koji su uz učiteljičinu pomoć umnožili i postavili po gradu kao svojevrsni apel za podršku i pozivnicu za događaj – posetu mini-muzeju predmeta koji su se nekada koristili u domaćinstvu u Srbiji u holu škole, za koju je ulaznica predstavljala donaciju u vidu odeće, obuće, sredstava za higijenu, hrane, školskog pribora, igračkaka, pa čak i polovnih kućnih aparata. Sve prikupljene predmete donirali su Svratistu. U okviru akcije „Recikliram i uživam“ učenici su izradili novogodišnje ukrase od materijala za reciklažu, a prikupljeni novac prosledili su drugu iz razreda. U više navrata prikupili su odeću, obuću, sredstva za ličnu higijenu, igračke i školski pribor za svoju drugaricu iz razreda skromnijeg socijalnog statusa, a neretko i volontiraju u raznim ekološkim akcijama i akcijama izviđača. Zbog ovog doprinosa, đaci II/2 su nominovani za nagradu VIRTUS za individualni doprinos filantropiji u 2019. godini.

Tokom 2019. godine građani su bili izuzetno aktivni kroz inicijative u McDonalds restoranima za prikupljanje sredstava u kasicama postavljenim u ovim restoranima širom Srbije. Novac koji su građani na taj način donirali upućen je kao podrška udruženju „Uvek sa decom“, koje se bavi brigom o deci oboleloj od raka, a zatim i Fondu B92 u okviru kampanje „Bitka za znanje“. Na ovaj način omogućeno je da šest škola za decu ometenu u razvoju u Srbiji dobije po jednu košnicu, set od 6 robota „Pčelica“, koji će im pomoći da lakše savladaju slova, matematičke zadatke, crtanje i ostale vannastavne aktivnosti. Ova sredstva donirana su i članicama asocijacije NORBS – Nacionalna organizacija za retke bolesti Srbije, i to prvenstveno udruženjima u okviru ove organizacije, koja se bave brigom o deci koja boluju od retkih bolesti. Sredstva su donirana i školskom centru sa domom učenika „Dositej Obradović“ iz Subotice, školi za osnovno i srednje obrazovanje „Carica Jelena“ iz Niša, školi za osnovno i srednje obrazovanje „Milan Petrović“ sa domom učenika iz Novog Sada, Centru za razvoj usluga socijalne zaštite „Kneginja Ljubica“ iz Kragujevca i Udruženju osoba sa cerebralnom i dečijom paralizom „Volja za životom“ iz Velike Plane.

Ivan Mladenović, koji je nominovan za nagradu VIRTUS za individualni doprinos filantropiji u 2019, u leto ove godine upustio se u novi humanitarni poduhvat – akciju pešačenja 1.000 km od Šida do manastira Hilandar pod nazivom „Korak po korak“. Tokom pešačenja koje je trajalo nepunih mesec dana, Ivan je bio posvećen podizanju svesti javnosti o raku kod dece i problemima sa kojima se suočavaju obolela deca i njihove porodice, te na taj način motivisao građane da učestvuju u prikupljanju sredstava. Putem društvenih mreža građani su tokom ove akcije prikupili preko 9.000 evra za donaciju udruženju „Uvek sa decom“, koje od 1991. godine pomaže deci oboleloj od raka. Sredstva su iskorišćena za održavanje Roditeljskog kutka, iznajmljenog stana u kome deca i roditelji borave za vreme terapije.

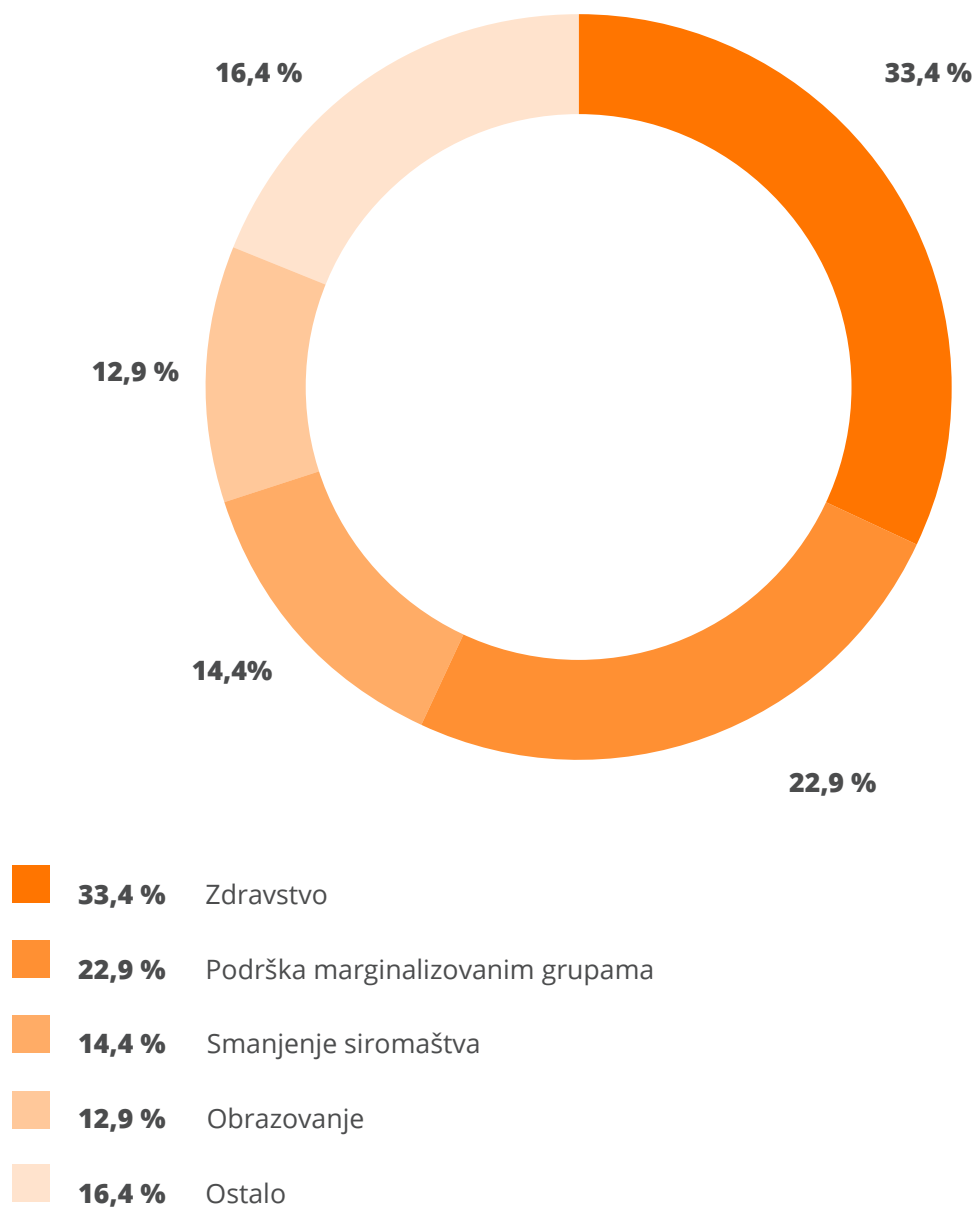


Za šta se daruje u
Srbiji?

3.1 Koje teme su važne građanima Srbije?

Zdravstvo, podrška marginalizovanim grupama, smanjenje siromaštva i obrazovanje ostaju četiri teme koje su od 2013. do 2019. godine najviše podržane. Za ove četiri ključne teme usmereno je ukupno 83,6% akcija, što predstavlja porast u odnosu na prethodnu godinu.

% akcija



5-10 %	sezonska davanja
3-5 %	zaštita životne sredine
1-3 %	ekonomski razvoj, sport, kultura i umetnost
0-1 %	briga o životinjama, religijske aktivnosti, javna infrastruktura, urgentna pomoć, nauka, socijalno preduzetništvo, nasleđe, nezavisni mediji

Od četiri primarne oblasti, zdravstvo kao i prethodnih godina ima najveću podršku, a procenat akcija usmerenih na ovu temu je u 2019. godini neznatno porastao. Podrška marginalizovanim grupama se zadržala na drugom mestu, ove godine sa malim smanjenjem u procentu akcija. S druge strane, porast od 3,6% kod broja akcija za smanjenje siromaštva doveo je ovu temu na poziciju iznad obrazovanja, uprkos tome što je nivo podrške za obrazovanje ostao isti kao i u 2018. godini. Zvanični podaci Statističkog zavoda o stopi rizika od siromaštva u 2019. godini još uvek nisu dostupni, te stoga ne možemo sa sigurnošću utvrditi da li u tome leži razlog za ovu promenu.

Na sve ostale oblasti ove godine je usmereno 16,4% ukupnog broja zabeleženih akcija, što je za oko dva procenta manje nego prošle godine. Ovo je nivo podrške zabeležen 2017. godine, dok su darodavci u 2015. i 2016. godini na sve druge teme usmeravali oko 20% akcija. Ističemo ovaj podatak jer verujemo da je važno skrenuti pažnju darodavcima da postoje i druge značajne teme. Od manje podržanih tema izdvajamo zaštitu životne sredine, kulturu i umetnost, sport, brigu o životinjama, religijske aktivnosti, javnu infrastrukturu, ekonomski razvoj, urgentnu pomoć, nauku, socijalno preduzetništvo, kulturno nasleđe i nezavisne medije. Nivo učestalosti podrške za ove teme isti je već nekoliko godina unazad, a lista tema se nije menjala u odnosu na prošlu godinu: nema novih podržanih tema.

Ipak, važno je istaći da se tip aktivnosti za neke teme razvio i unapredio, pa je tema nezavisnih medija ove godine promovisana kroz kampanje za grupno finansiranje. Izdvajamo dve kampanje: Kampanju Televizije Forum iz Prijepolja, koja je preko platforme Donacije.rs prikupila podršku lokalne zajednice u iznosu od preko 4.500 evra za nabavku opreme, čime je za 15% premašen planirani cilj. Drugu kampanju je na sopstvenom veb sajtu pokrenuo novinar iz Kragujevca Miroslav Miletić, autor kultne emisije i podkasta „Iz glave“. Ovo je ujedno bio i prvi primer uvođenja mesečnih onlajn donacija za medijske sadržaje – model koji će u narednom periodu i drugi mediji usvojiti. Očekujemo da se trend doniranja za rad i razvoj nezavisnih medija nastavi i u 2020. godini, s obzirom na to da je planirano lansiranje novih kampanja grupnog finansiranja (engl. crowdfunding), kao i donacijskih i članskih kampanja od strane istraživačkih i drugih medija.

Generalno gledano, promene trendova u 2019. godini nisu od velikog značaja; ostaje da u narednom periodu pratimo podršku upućenu smanjenju siromaštva kako bismo zaključili da li je u pitanju trend ili samo trenutna fluktuacija. Ali svakako je neophodno unapređenje podrške za manje podržane oblasti, a to su između ostalog nauka, kultura i umetnost, te zaštita životne sredine, ali i oblasti koje posredno utiču na podršku ranjivim grupama, kao što je socijalno preduzetništvo.

Broj akcija usmerenih na četiri ključne teme (u %)

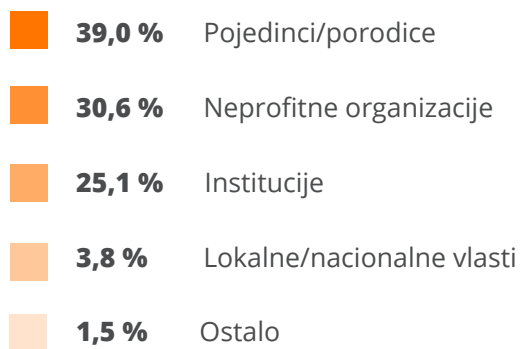
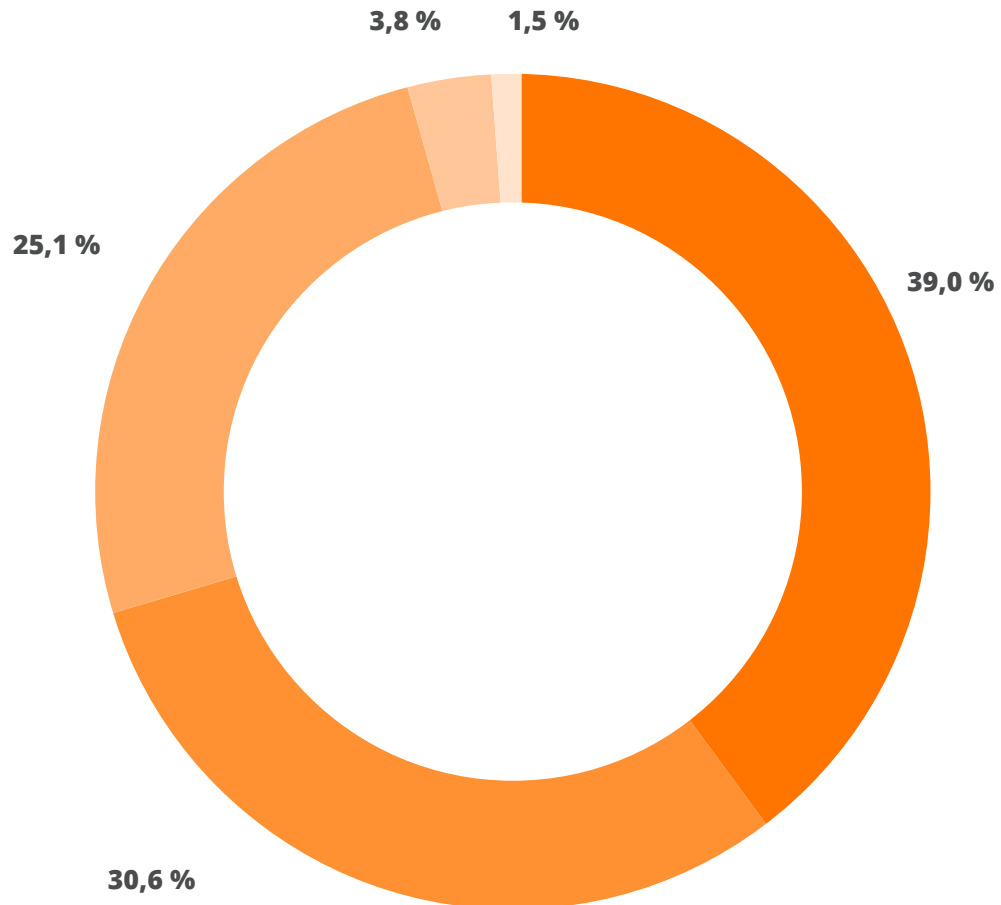
Tema	2017.		2018.		2019.
Zdravstvo	34,7%	↘	32,3%	↗	33,4%
Podrška marginalizovanim grupama	24,8%	↻	25,2%	↘	22,9%
Smanjenje siromaštva	11,0%	↻	10,8%	↗	14,4%
Obrazovanje	12,8%	↻	13,2%	↻	12,9%



Koga podržavaju
građani Srbije?

4.1. Kome se daruje?

Primaoci donacija pokazuju preko koga darodavci upućuju svoje donacije, te na taj način posredno ukazuju i na to u koga darodavci imaju poverenja. Praćenje dobročinstva od 2013. godine pokazalo je da su četiri glavna tipa primaoca: pojedinci/podrođice, neprofitne organizacije, institucije, te lokalne i nacionalne vlasti.



Počevši od 2013. godine pojedinci i porodice najčešći su primaoci pomoći kada se posmatra broj akcija; taj trend se održao i u ovoj godini. Procenat akcija usmeren na neprofitne organizacije je skočio za 4,4%, što ovaj tip primaoca postavilo na drugo mesto. Procenat akcija upućen institucijama je u blagom padu, dok je davanje za lokalne i nacionalne vlasti već nekoliko godina na istom nivou (ispod 5%). Razlike u procentima generalno gledano nisu velike i ne ukazuju na neke značajne promene, već potvrđuju trendove. Ipak, svakako je pozitivna činjenica da se svake godine darodavci sve više interesuju za neprofitne organizacije, što ohrabruje i govori da poverenje u ovaj sektor jača i da se na taj način u budućnosti mogu ostvariti razvoj i unapređenje podrške u oblastima i velikom dijapazonu ciljnih grupa kojima se neprofitne organizacije kroz svoje aktivnosti i misije bave. Kategorija „ostalo“ obuhvata kategorije za koje je zabeležen najmanji udeo u ukupnom broju akcija, a to su: religijske zajednice, više različitih primalaca, kao i nepoznati primaoci.

Raspodela poznate zabeležene darovane sume prema primaocima izgleda donekle drugačije u odnosu na raspodelu akcija. Bez obzira na činjenicu da je nivo ukupnog davanja na godišnjem nivou veći, nije zabeležen porast udela davanja ni za jedan ključni tip primalaca, te je ova rang lista ista kao i u prethodnoj godini. Najveći udeo primile su neprofitne organizacije (skoro 55% od ukupne sume), dok su institucije na drugom mestu. Udeo sume izdvojene za pojedince i porodice na istom je nivou kao i prošle godine, dok je udeo sume darovane lokalnim i nacionalnim vlastima takođe u padu za 3,5%. Ovo smanjenje procenata za određene primaoce u praksi nije realno smanjenje, već posledica porasta darovane sume u akcijama za više različitih primalaca, za koje nismo bili u mogućnosti da podatke razdvojimo po tipu primaoca do publikovanja ovog izveštaja. Primer je kompanija Dunav osiguranje a.d.o. Beograd, koja je objavila da je tokom 2019. godine pružila podršku od preko milion evra raznim institucijama, organizacijama i sportskim klubovima za projekte koji se bave pitanjima dece.

Kao i prethodnih godina, i dalje je prisutna neravnomerna raspodela akcija u neprofitnom sektoru jer je najveći deo akcija i novca upućen određenom broju najangažovanijih i najaktivnijih organizacija. Naravno, treba uzeti u obzir i to da se samo jedan mali broj organizacija bavi temama kao što su palijativna nega, podrška ženama i deci žrtvama trgovine i eksploatacije, odnosno migrantima. Ipak, s obzirom na činjenicu da se ovaj sektor razvija i jača i da je poverenje darodavaca sve veće, primećuje se postepeno povećanje prisustva novih organizacija, što predstavlja pozitivan trend.

Davanje državi (institucije i lokalne i nacionalne vlasti zajedno) ove godine nastavlja trend pada iz prethodnih godina: ka ovim primaocima usmereno je 29% akcija i 26,1% zabeležene sume. Ipak, ovde je važno naglasiti da je jedan deo novca koji, kroz kampanje i druge akcije, prikupe neprofitne organizacije zapravo namenjen institucijama, pre svega zdravstvenim, i to u vidu opreme i rekonstrukcija (na primer, Fond B92, Fondacija „Ana i Vlade Divac“, Fondacija „Zajedno za mlade – Prof. Dr. Danica Grujičić“). Stoga smanjenje ovog procenta donekle treba uzeti sa rezervom i uvek imati u vidu da je suma koja je namenjena državi u realnosti veća.

²Donacije.rs/tv-forum/

³izglave.com/donacije/

⁴Primaoci donacija/partneri obično dalje distribuiraju podršku krajnjim korisnicima (ciljnim grupama), odnosno upotrebljavaju ih za dobrobit određenih ciljnih grupa.

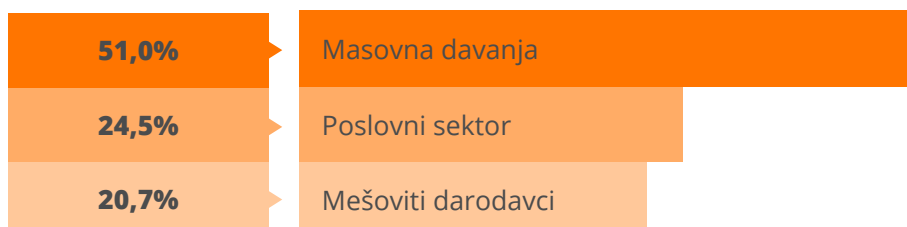
Broj akcija usmeren na različite kategorije primalaca donacija (u %)

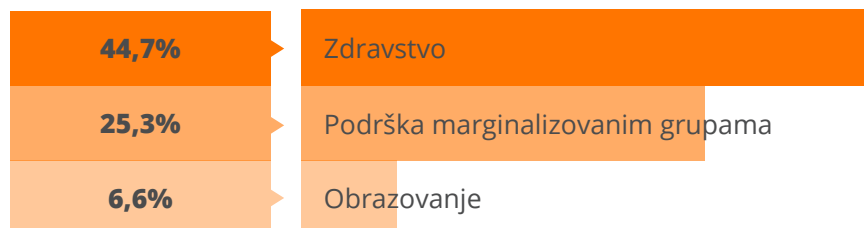
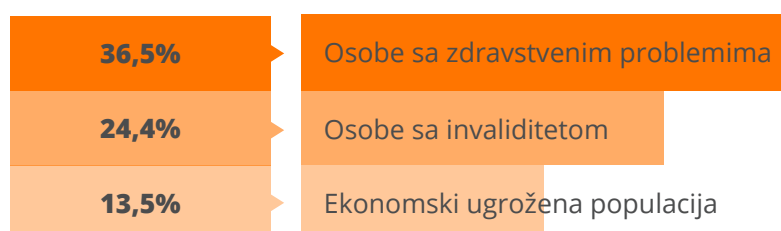
Tema	2017.		2018.		2019.
Pojedinci/porodice	38,4%	↗	40,4%	↘	39,0%
Neprofitne organizacije	25,9%	↔	26,2%	↗	30,6%
Institucije	29,9%	↘	27,8%	↘	25,1%
Lokalne/nacionalne vlasti	3,8%	↔	4,3%	↔	3,8%

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

Tema	2017.		2018.		2019.
Neprofitne organizacije	43,8%	↗	56,3%	↘	54,3%
Institucije	36,7%	↘	24,3%	↘	22,3%
Pojedinci/porodice	7,1%	↗	10,5%	↔	11,4%
Lokalne/nacionalne vlasti	12,0%	↘	7,3%	↘	3,8%

4.2 Podrška neprofitnim organizacijama

Tri vodeća tipa darodavaca - % akcija

Tri vodeće teme – % akcija**Tri vodeće ciljne grupe – % akcija**

Kategorijom neprofitnih organizacija obuhvaćeni su domaća udruženja građana, privatne fondacije, udruženja iz dijaspore i strane organizacije koje su aktivne u Srbiji ili u inostranstvu (na primer UNICEF i Wings for Life).

Uprkos stagnaciji procenta akcija usmerenih ka neprofitnom sektoru u 2018. godini, podaci pokazuju da je trend rasta interesovanja za ovu grupu primalaca, koji je uspostavljen još u 2016. godini, sada zapravo nastavljen. Darodavci su u 2019. godini uputili za 4,4% više akcija u odnosu na prethodnu godinu. Verujemo da će veći nivo poverenja, na koji ovaj kontinuiran rast ukazuje, rezultirati i razvojem dugoročnijih i strateških saradnji i međusektorskih partnerstava, a samim tim i ulaganjem podrške u veći broj oblasti i za veći dijapazon korisničkih grupa.

Procenat zabeležene sume koju su neprofitne organizacije primile nešto je manji u odnosu na prethodnu godinu. Osim povećanja procenta sume u akcijama koje uključuju više tipova primalaca (u kojima su i ove organizacije), ova razlika od 2% može biti prouzrokovana procentualno smanjenim udelom sume poslovnog sektora u davanju neprofitnim organizacijama. Ipak, imajući u vidu značajan porast ukupne zabeležene darovane sume na godišnjem nivou u Srbiji, važno je napomenuti da su neprofitne organizacije zapravo primile veću zabeleženu sumu nego u 2018. godini, i to za preko milion evra.

Građani su i dalje najaktivniji darodavci neprofitnom sektoru, i to ove godine sa nešto većim procentom akcija, dok je poslovni sektor na drugom mestu. Imajući u vidu da neke kompanije koje su ranije ulagale preko neprofitnog sektora sada preusmeravaju aktivnosti i uvode praksu razvoja sopstvenih programa, ovaj segment ćemo nastaviti da pratimo sa velikom pažnjom kako bismo utvrdili kretanje trendova.

Oblasti u koje darodavci ulažu kroz aktivnosti neprofitnog sektora su i u 2019. ostale jednako prisutne kao i prošle godine. Ovde je važno naglasiti da je procenat za zdravstvo značajno veći nego u 2018. godini (za više od 10%), čime je potvrđen trend rasta ove teme. Najviše podrške upućeno je, zapravo, organizacijama koje se bave ovom temom i koje prikupljaju sredstva za opremanje i rekonstrukciju institucija (najčešće NURDOR i Fond B92), kao i za različite usluge i lečenje osoba sa zdravstvenim problemima. Ostale teme koje su podržane prošle godine su i dalje prisutne. Što se korisničkih grupa tiče, slika se ne razlikuje mnogo u odnosu na 2018. godinu, a redosled je isti. Najveći porast broja akcija odnosi se na osobe sa zdravstvenim problemima. Prisutne su i druge korisničke grupe, koje su podržane u manjim procentima, a izdvajaju se ljudi iz drugih zemalja, deca bez roditeljskog staranja, žene i deca koji su preživeli nasilje, talentovana deca i mladi, životinje, i ostale kategorije koje imaju po manje od 1% akcija.

I ove godine neprofitne organizacije nastavljaju da aktivno organizuju kampanje i prikupljaju sredstva za različite oblasti i korisničke grupe, te primaju višestruke donacije. Svakako treba spomenuti Nacionalno udruženje roditelja dece obolele od raka – NURDOR, koje je organizovalo kampanju prikupljanja sredstava za roditeljsku kuću preko mobilne aplikacije „Pruži korak“, kao i BELhospice, koji je organizovao brojne događaje u cilju sakupljanja sredstava za rad palijativnog centra (samo na desetom godišnjem Dobrotvornom balu sakupio je 131.000 evra). Potom treba pomenuti i organizaciju iz dijaspore „Srbi za Srbe“, koja kroz kontinuirane aktivnosti prima veliku podršku od dijaspore i domaćih darodavaca za ekonomski ugroženu populaciju. Tu su i privatne fondacije: Fondacija „SOS Dečija sela Srbija“, koja radi sa decom bez roditeljskog staranja, i svakako Humanitarna fondacija „Budi human – Aleksandar Šapić“, koja kroz sistem grupnog finansiranja prikuplja značajna sredstva za lečenje dece i odraslih osoba sa zdravstvenim problemima.

PARTNERSTVA POSLOVNOG I NEPROFITNOG SEKTORA

U okviru svoje akcije „Reci NE nasilju nad ženama“, kompanija Avon je podržala projekat Autonomnog ženskog centra „Mogu da neću. Ljubav nije nasilje“, čiji je cilj da podrži edukaciju mladih o tipovima nasilja. Osim radionica u školama, zahvaljujući ovoj donaciji organizovan je i „Prolećni susret“ na Fruškoj Gori za 60 učesnica iz 14 gradova Srbije, gde su se kroz vršnjačku edukaciju i građenje prijateljstva one osnažile i upoznale sa temama važnim za njihov individualni i društveni razvoj. Ukupna vrednost ove podrške je preko 22.000 evra. Za ovaj doprinos kompanija Avon je nominovana za glavnu nagradu VIRTUS za doprinos na nacionalnom nivou u 2019. godini.

Proteklu godinu je obeležila kampanja „Ne odričem se“ udruženja „Da se zna!“, koja je sprovedena u saradnji sa kompanijom McCann Beograd, nominovanom za nagradu VIRTUS za dugoročno partnerstvo između poslovnog i neprofitnog sektora u 2019. godini. Šira javnost je ovim putem imala priliku da upozna roditelje koji su ponosno stali iza svoje LGBT+ dece i javno poručili da ih se ne odriču – u vidu ličnih oglasa u dnevnim novinama. Kompanija je donirala svoje vreme i ekspertizu svojih zaposlenih, a oglasni prostor bio je zakupljen u sledećim novinama: Politika, Večernje novosti, Pančevac, Ibarske novosti, Danas, uz lokalne novine u Leskovcu, Požarevcu i Novom Sadu. Od juna do oktobra 2019. godine plasirano je 15 oglasa. Po završetku kampanje, kompanija je pomogla organizaciji da ustanovi „chat“ na portalu organizacije, koji radi 3h svakog utorka, a volonteri, aktivisti ili roditelji LGBT+ dece imaju

dežurstva tokom kojih se na četvrtu mogu javiti LGBT+ osobe, ali i njihovi roditelji da popričaju, zatraže eventualnu pomoć ili porazgovaraju o određenim dilemama, nedoumicama i slično.

USPEŠNE KAMPANJE

Tokom 2017. godine Tamara Klarić i Bogdan Stevanović (oboje nominovani za nagradu VIRTUS u kategoriji Individualni doprinos filantropiji u 2019. godini) pokrenuli su akciju „Pruži korak“, u okviru koje su svojim pešačenjem od Beograda do Niša pomogli da Nacionalno udruženje roditelja dece obolele od raka – NURDOR prikupi sredstva za izgradnju bolnice za pedijatrijsku onkologiju u Nišu. Dve godine kasnije, u 2019. godini, osmislili su društveno odgovornu aplikaciju za mobilne telefone „Pruži korak“, koja je omogućila da se uz pomoć 560.000 ljudi i preko 60 donatorskih kompanija obezbedi preko pola miliona evra za izgradnju nove NURDOR-ove Roditeljske kuće u Beogradu. Ovo je svakako jedna od najuspešnijih kampanja ove godine. Mobilna aplikacija „Pruži korak“ meri korake korisnika i „pretvara“ ih u novac po jednostavnoj formuli: 1 kilometar = 1 EUR. Društveno odgovorne kompanije u Srbiji kupuju korake i na taj način doniraju svoja sredstva NURDOR-u za izgradnju treće roditeljske kuće u Beogradu, koja će se koristiti za smeštaj i brigu o deci oboleloj od raka i njihovih porodica. „Pruži korak“ je prva kampanja ove vrste u Srbiji, koja je okupila veliki broj darodavaca u veoma kratkom roku.

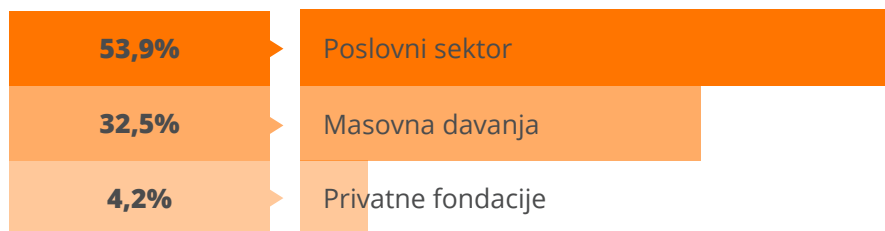
Nacionalni dan davanja ustanovljen je 2018. godine na inicijativu Srpskog filantropskog foruma, pod pokroviteljstvom predsednice Vlade Republike Srbije. Cilj obeležavanja ovog dana je da se promoviše kultura davanja i da se prikupe sredstva za sistemsku podršku odabranom društvenom problemu. Tema drugog Nacionalnog dana davanja bila je unapređenje osnovnoškolskog obrazovanja u školama širom Srbije. U 2019. godini kroz kampanju pod nazivom „Škola dobrih ljudi“ prikupljeno je 70.690 evra za kupovinu novih pametnih tabli, računara, „bee-bot“ robota i druge inovativne opreme koju će koristiti đaci u više od 60 škola širom Srbije. Ovu veoma uspešnu kampanju realizovao je strane Srpski filantropski forum, krovna organizacija fondacija i donatora. Kampanja je trajala deset meseci i obuhvatila je 30 opština širom Srbije, i to kroz inicijative četiri neprofitne organizacije: udruženje „Misli globalno, deluj lokalno“ iz Šida, Fondacija Gimnazije „Veljko Petrović“ iz Sombora, udruženje „Sinhiro“ iz Pančeva i Fond B92. Inicijativa fondacije Fond B92 pokrenuta je pod nazivom „Pčelice“ i bila je usmerena na nabavku robotičke opreme za unapređenje i lakše odvijanje nastave za sve škole za decu sa smetnjama u razvoju. Samo u okviru inicijative „Pčelice“ prikupljeno je 55.995 evra.

Tokom programa „Akademija održivosti“, koji je 2019. godine sprovela Trag fondacija, 10 organizacija koje su izabrane da budu deo programa uspelo je da prikupi preko 33.000 evra, koje je Trag fondacija udvostručila. Postavljeni cilj bio je 28.000 evra, a procena da će biti potrebno pola godine da se ta suma prikupi veoma brzo se pokazala kao dodatno motivišuća, jer su organizacije nakon samo nekoliko meseci ovaj iznos prevazišle. Novčana sredstva su prikupljana u različitim zajednicama širom Srbije od pojedinaca, preduzetničkih radnji, malih i srednjih preduzeća i velikih kompanija, a većina organizacija je nastavila da prikuplja sredstva i nakon ovog izazova. Udruženja su prethodno stekla znanje na obukama koje je organizovala Trag fondacija, a na kojima su se simulirale buduće kampanje. Same kampanje je Trag fondacija finansirala jednakim iznosima od po 700 evra u dinarskoj protivvrednosti. Jedna od uspešnih kampanja je i inicijativa udruženja „Okular“ iz Čićevca, koja je prikupila sredstva za

„Kuću za decu“ – prostor u centru grada, koji je bilo neophodno renovirati i opremiti kako bi deca iz marginalizovanih grupa i druga deca mogla da ga koriste za brojne programe ovog udruženja. Sredstva su sakupljana na štandovima na ulicama Ćićeveca i Vrnjačke Banje, a zatim i na Donatorskom balu, koji je organizovan u lokalnom hotelu. Brojne usluge za ovaj događaj udruženje je dobilo besplatno ili sa popustom, a na sam događaj su pozvali privrednike iz nekoiko opština. Građani i kompanije odazvali su se u velikom broju, nastavivši da uplaćuju donacije i nakon završetka bala; tokom cele kampanje ukupno je sakupljeno oko 5.000 evra.

4.3 Podrška državi

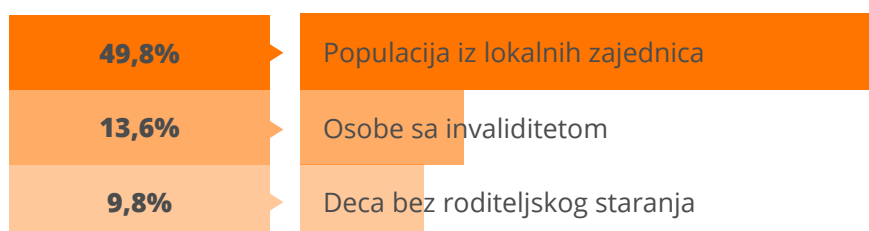
Tri vodeća tipa darodavaca – % akcija



Tri vodeće teme – % akcija



Tri vodeće ciljne grupe – % akcija



Pod podrškom državi podrazumevamo davanja usmerena ka institucijama i nacionalnim i lokalnim vlastima.

Ove godine ka državi kao primaocu usmereno je 28,9% od ukupnog broja akcija i 26,1% ukupne zabeležene sume. Oba procenta su unazad nekoliko godina u konstantnom padu. Kada posmatramo podatke koji govore o davanju državi, treba imati u vidu i činjenicu da je deo novca koji je namenjen državi (pre svega institucijama) zapravo zabeležen kod neprofitnih organizacija, koje iz godine u godinu sve više i aktivnije pokreću određeni broj kampanja i ulažu napore i resurse kako bi prikupile sredstva za podršku državi u određenim oblastima, kao što su zdravstvo ili obrazovanje, ali i za podršku marginalizovanim grupama. Pored izdvojenih primera dobre prakse, ovde je značajno spomenuti kampanju UNICEF-a pod imenom „Inkluzivna igrališta“, koja je tokom 2019. godine prikupljala sredstva za izgradnju igrališta za decu sa invaliditetom u saradnji sa lokalnim samoupravama.

Najveći darodavac institucijama svakako je poslovni sektor (sa 45% udela u zabeleženim akcijama), a zatim građani (28,4%). Kroz rad institucija svi darodavci su u 2019. godini u najvećem procentu akcija podržali obrazovanje, zatim podršku marginalizovanim grupama i zdravstvo, dok smanjenje siromaštva nije bilo u fokusu institucija. Od drugih tema, izdvajaju se sezonska davanja, kultura i umetnost. Ako pogledamo korisničke grupe, u 2019. godini najprisutnije populacije iz lokalnih zajednica su osobe sa invaliditetom, osobe sa zdravstvenim problemima i deca bez roditeljskog staranja. Od ostalih korisničkih grupa podržani su i mladi u riziku, majke i novorođenčad, te žene i deca koji su preživeli nasilje.

Kada govorimo od lokalnim i nacionalnim vlastima, prema kojima se usmerava sve manji obim podrške, kako po broju akcija, tako i po zabeleženoj sumi, poslovni sektor i ovde preovlađuje kao darodavac sa 8,9% akcija, a zatim i građani sa 4,1% akcija. Slika oblasti podržanih kroz rad lokalnih i nacionalnih vlasti potpuno je drugačija nego kod institucija, jer se podrška najviše koncentriše na zaštitu životne sredine (održavanje zelenila, javnih površina i objekata – kampanja Fondacije SBB „Ne prljaj. Nemaš izgovor!“), sport i javnu infrastrukturu. Sledstveno tome korisnička grupa kojoj je upućen najveći broj akcija je populacija lokalnih zajednica, dok ostale grupe imaju zanemarljiv procenat akcija.

Institucije koje su u 2019. godini primale najučestaliju podršku su: Prihvatište za decu Beograd, Dečje selo „Dr Milorad Pavlović“, Centar za zaštitu odojčadi dece i omladine „Zvečanska“, Svratište za decu i mlade Novi Sad, Klinički centar u Nišu, Institut za zdravstvenu zaštitu majke i deteta Srbije „Dr Vukan Čupić“, Institut za zdravstvenu zaštitu dece i omladine Vojvodine i Opšta bolnica Valjevo. Darodavci su upućivali podršku i nebrojenim osnovnim i srednjim školama širom Srbije, a što se tiče lokalnih i nacionalnih vlasti najveće interesovanje privukli su: Grad Beograd, Grad Sombor i Grad Novi Sad.

DAVANJA DRŽAVI / INSTITUCIJAMA

Fondacija „Novak Đoković“ se i ove godine izdvojila kao dobar primer ulaganja u zajednicu i pružanja pomoći institucijama koje se bave decom. Ova fondacija je donirala približno 150.000 evra za rekonstrukciju i opremanje dodatnih 420 m² radnog prostora koji pripada Predškolskoj ustanovi „Dečja radost“ u Svilajncu. Projekat se odnosio na rekonstrukciju tri radne sobe i zajedničkog prostora na prvom spratu zgrade, što je omogućilo stvaranje tri nove grupe za decu predškolskog uzrasta. Ove godine Fondacija „Novak Đoković“ je takođe

donirala 27.000 evra za izgradnju dva obdaništa za decu u Srbiji.

Tehničku školu u Vladičinom Hanu pohađa 840 učenika iz celog Pčinjskog okruga. Fondacija „Ana i Vlade Divac“ je pokrenula akciju zbog izuzetno lošeg stanja prostorija škole. Uz pomoć donatora Fondacija je obezbedila preko 45.000 evra, koliko je bilo potrebno za obnovu i opremanje osam učionica, zamenu instalacija, podova, prozora, vrata i nameštaja. Akcija prikupljanja sredstava za školu počela je ulaskom osnivača Fondacije Vlade Divca u Košarkašku kuću slavni „Naismith“ i svečanom donatorskom večerom u Čikagu, na kojoj je prikupljen najveći deo sredstava. Akciji se priključio i Košarkaški klub „Partizan“, koji je sa svojim igračima na društvenim mrežama uputio apel javnosti za pomoć našim budućim inženjerima, profesorima, tehničarima i majstorima, kao i pozivom navijačima na utakmicama Evrokupa i ABA Lige da pošalju poruku na humanitarni broj. Akciji su se pridružili i dijaspora, građani Srbije i kompanije putem sajta divac.com.

Zahvaljujući donacijama mnogih preduzetnika iz Šapca, Opšta bolnica „Laza K. Lazarević“ Šabac dobila je novi rendgenski aparat. Instalirani aparat zamenio je prethodni, koji je bio star gotovo četiri decenije. Vrednost donacije je 42.000 evra. Ovo je još jedna u nizu vrednih donacija kojima je značajno unapređena zdravstvena usluga šabačke bolnice u poslednjih godinu dana.

Od davanja lokalnim i nacionalnim vlastima možemo izdvojiti dve investicije poslovnog sektora: primer Vodovoda d.o.o. Mionica, koji je sa Gradom Beogradom potpisao ugovor o doniranju 150.000 evra za izgradnju fontane na Cvetnom trgu u Beogradu, i primer donacije Fondacije SBB za izgradnju novog igrališta za decu u Kragujevcu u vrednosti od 20.000 evra.



Kome donacije koriste?

Četiri najzastupljenije grupe korisnika u 2019. godini ostaju osobe sa zdravstvenim problemima, populacija iz određenih lokalnih zajednica, ekonomski ugroženi građani i osobe sa invaliditetom. Procenat akcija upućen ovim ključnim korisničkim grupama iznosi ukupno 76,4%.



5-10 %

3-5 % deca bez roditeljskog staranja, jednoroditeljske porodice, ljudi iz drugih zemalja

1-3 % talentovana deca i mladi, starija populacija, deca i mladi u riziku, majke i novorođenčad, žene i deca koji su preživeli nasilje

0-1 % opšta populacija, religijske zajednice, populacija manjinskih zajednica, osobe kojima je potrebna palijativna nega, beskućnici, nezaposleni, migranti, izbeglice i raseljena lica, životinje

Osobe sa zdravstvenim problemima i dalje imaju najveću podršku, ove godine u nešto većem procentu nego prošle, dok populacija određenih lokalnih zajednica i osobe sa invaliditetom drže nivo iz prethodnog perioda. Podrška ekonomski ugroženoj populaciji povećana je za 3,3%, što je, u skladu sa povećanjem podrške za temu smanjenja siromaštva, ovu korisničku grupu postavilo na treće mesto na listi. Značajan broj akcija usmeren je ka porodicama i pojedincima u vidu humanitarne pomoći u obezbeđivanju osnovnih namirnica ili rekonstrukcije i opremanja kuća. Ove godine se primećuje porast ovakvih akcija za porodice u Tutinu i Novom Pazaru. Kao i svake godine, značajna sredstva za ove namene prikuplja organizacija „Srbi za Srbe“, dok u akcijama koje su namenjene direktno individualnim primaocima posreduje „Humanitarni most“ portala Vesti online.

Ovo povećanje nije veliko i može biti prouzrokovano smanjenim procentom akcija za neke od ostalih manje podržanih kategorija, kao što su na primer jednoroditeljske porodice. S obzirom na trend stagnacije podrške za ekonomski ugroženu populaciju u poslednjih nekoliko godina, ostaje da praćenje dobročinstva u narednom periodu pokaže da li je povećanje u 2019. godini samo jednogodišnja fluktuacija.

Druge, slabije zastupljene kategorije obuhvataju pre svega decu bez roditeljskog staranja – na istom nivou akcija kao i u 2018. godini, i jednoroditeljske porodice, koje su zabeležile smanjenje procenta. Najmanji procenat akcija upućen je migrantima, izbeglicama i raseljenim licima, a kategorija žena i dece žrtava trgovine i eksploatacije, koja se posle ranijeg prekida pojavila u 2018, ove godine ponovo nije primila pomoć.

Uopšteno govoreći, činjenica da je ukupan procenat akcija usmeren na četiri ključne korisničke grupe za 5,7% veći nego prošle godine ne ohrabruje, i govori o tome da se interesovanje darodavaca za manje podržane korisnike ne povećava, te da u tom smislu postoji ogroman prostor za napredak. Neophodna je veća promocija potreba i vidljivosti ovih kategorija, kao i unapređenje infrastrukture jer su neke manje podržane grupe korisnici veoma malog broja organizacija.

Broj akcija usmeren na različite korisničke grupe (u %)

Tema	2017.		2018.		2019.
Osobe sa zdravstvenim problemima	23,3%	↔	22,4%	↗	24,1%
Populacija određenih lokalnih zajednica	21,4%	↘	19,5%	↔	20,1%
Ekonomski ugrožena populacija	13,8%	↔	13,7%	↗	17,0%
Osobe sa invaliditetom	14,1%	↔	15,1%	↔	15,2%

DOPRINOSI LOKALNOJ ZAJEDNICI

U okviru interno pokrenute inicijative „Make an Impact on Tomorrow“ („Utiči na sutrašnjicu“), zaposleni kompanije Henkel Srbija samostalno osmišljavaju i realizuju projekte od značaja za lokalnu zajednicu, zbog čega je kompanija nominovana za glavnu nagradu VIRTUS za doprinos na nacionalnom nivou u ovoj godini. Tokom 2019. godine realizovano je 18 projekata koji su obuhvatili različite potrebe, kao što su obnova učionice za mehatroniku u Prvoj tehničkoj školi u Kruševcu, obnova košarkaškog terena KK „Blokovi“ iz Beograda, nabavka opreme za karate klub „Nippon“ iz Beograda, donacija Odeljenju za ginekologiju u bolnici u Kruševcu, nabavka zaštitnih roletni i renoviranje toaleta u predškolskoj ustanovi „Poletarac“ iz Stare Pazove, zamena prozora i nabavka digitalnog stočića za razvoj motoričkih vežbi dece u Specijalnoj bolnici za cerebralnu paralizu Beograd, renoviranje i/ili nabavka opreme za učionice u dva vrtića, pet osnovnih škola, gimnazijama u Kruševcu i okolini i Visoko tehničko-tehnološku školu u Kruševcu.

Interesantan primer ulaganja u zajednicu, kao i podrške oblastima u koje se inače manje ulaže, daje kompanija Rakita Exploration d.o.o. Bor. Pored toga što je u toku 2019. godine ova kompanija podržala organizacije i institucije u oblastima obrazovanja i zdravstva, vredno je pomenuti da je podrška takođe upućena Kulturno-umetničkom društvu „Branko Olar“ iz Slatine (oko 2.500 evra) za organizaciju tradicionalnih manifestacija „Sabor igre“ i „Olarijada“, koje neguju vlašku narodnu muziku, ples i običaje. Osim toga, ova kompanija je donirala oko 1.700 evra za kupovinu narodne nošnje sa ciljem doprinosa razvoju lokalne kulture i tradicije. Za razvoj sporta u Slatini donacija od 2.500 evra upućena je Omladinskom fudbalskom klubu „Slatina“, koja je upotrebljena za kupovinu sportske opreme i mašina za obeležavanje terena. Takođe, u okviru doprinosa edukaciji o zaštiti životne sredine podržano je udruženje „Eko baština“ iz Bora sa oko 2.100 evra u svrhu organizovanja „Ekološke škole 2019“. Kompanija je dodatno obezbedila predavanje geološkinje koja je provela dan sa učenicima škole i održala radionicu o geološkim karakteristikama planine Stol. Najzad, Udruženje pčelara Slatine dobilo je sredstva za realizaciju izložbe pčelarske opreme i za predavanje o pčelarstvu namenjeno usavršavanju pčelara ovog sela.

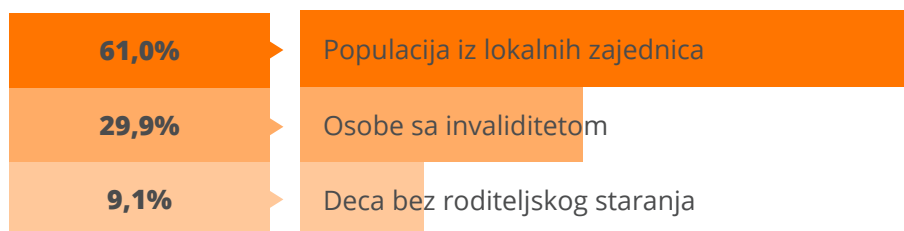
6

Kako se daruje u
Srbiji?

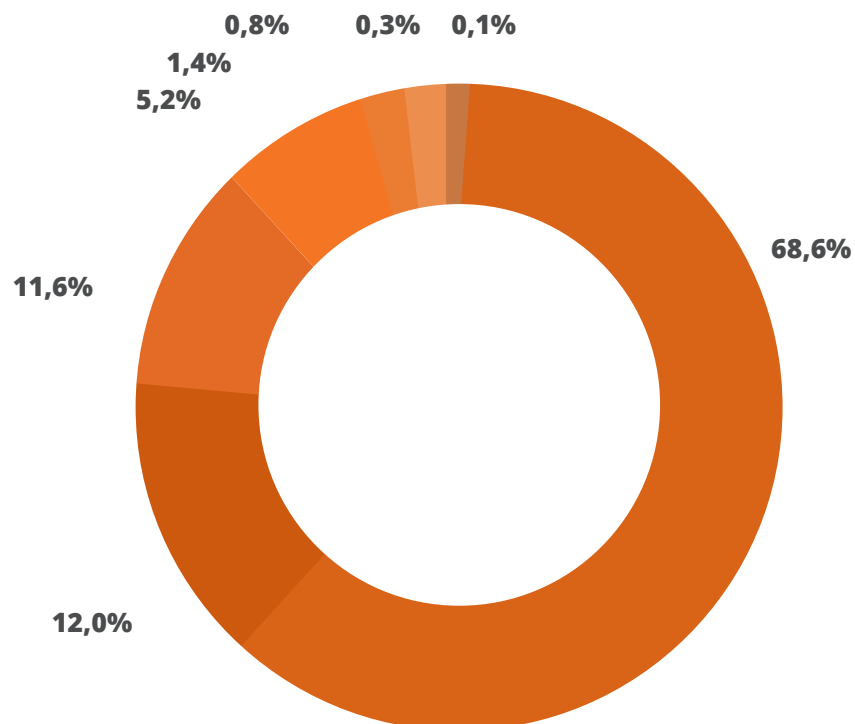
6.1 Efekti davanja

Efekte davanja za opšte dobro posmatramo kroz dva osnovna kriterijuma: da li je davanje dugoročno ili jednokratno. Dugoročna davanja odnose se na podršku koja će primaocima i korisnicima obezbediti strateška i dugotrajna rešenja problema, dok jednokratna podrška nema tako dugotrajn efekat. Takođe, efekat određenog procenta akcija dobročinstva, odnosno konkretna upotreba, ne može se sa sigurnošću utvrditi jer ta informacija u medijskim objavama i javnosti ostaje nepoznata .

Broj akcija %



Strateška podrška – broj akcija %





Ove godine procenat akcija davanja koja imaju strateški efekat je u odnosu na 2018. godinu smanjen za 3,3%. Ipak, pošto se taj udeo uglavnom uvek kreće oko trećine od ukupnog broja zabeleženih akcija, ovaj pad se stoga ne može smatrati nekim značajnim smanjenjem. Udeo akcija jednokratne podrške skočio je za 2,8%, dok je nivo akcija za koje efekat nije bilo moguće utvrditi ostao na istom nivou.

Ovde je jasna „razmena procenata“ jer je, usled povećanja procenta za smanjenje siromaštva i zdravlje, odnosno procenta korisnika iz kategorija ekonomski ugrožene populacije i osoba sa zdravstvenim problemima, povećana i učestalost davanja koje ima kratkoročni efekat – pre svega obnavljanje kuća i medicinskih tretmana i lečenja.

Ukoliko posmatramo raspodelu u okviru podrške sa potencijalno dugoročnim efektima, videćemo da je procenat akcija prema konkretnim upotrebama donacija manje-više isti tokom svih prethodnih godina. Daleko najveći udeo akcija sproveden je za kupovinu opreme, dok ostale kategorije slede sa značajno manjim procentima. Interesantno je da je procenat akcija usmeren na školarine za talentovane đake i studente porastao za 2%, dok je oprema pala za isto toliko. Školarine su uglavnom obezbeđivale strane korporacije i korporativne fondacije, kao što su PTP DIS d.o.o. Krnjevo, Philip Morris Operations a.d. Niš, ili Carlsberg i Fondacija „Dunđerski“. Podrška socijalnim, zdravstvenim i obrazovnim uslugama je, nakon blagog povećanja procenta akcija u 2018. godini, u ovoj godini zadržala isti nivo. Podrška akcijama podizanja društvene svesti je u poslednje dve godine, nažalost, u padu, dok su ostale kategorije na istom nivou akcija kao i u prethodnom periodu, sa manje od 1%.

U okviru jednokratne podrške, ove godine je najveći procenat akcija usmeren na lečenja i medicinske tretmane osoba sa zdravstvenim problemima. Procenat ove kategorije veći je za 5,3% u odnosu na 2018. godinu.

⁵U 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.

Tradicionalno, poslovni sektor je najveći darodavac podrške sa strateškim efektom, i to najčešće za opremu: od ukupnog broja akcija od strane poslovnog sektora, 55,9% je dato u obliku strateške podrške, dok je udeo novca 53,5%. Od 2017. godine oba procenta su u padu. Procenat akcija poslovnog sektora koje imaju jednokratne efekte u blagom je porastu, a u okviru njih porast beleže medicinski tretmani i lečenja. Očigledno je da je sa porastom procenta krajnjih korisnika iz kategorije osoba sa zdravstvenim problemima poslovni sektor deo svojih aktivnosti preusmerio na ovu stranu, ali je i dalje zadržao fokus na strateškom davanju. U okviru jednokratne podrške, poslovni sektor i dalje najčešće daruje potrošnu robu. Broj akcija koje dolaze od strane mešovityh darodavaca u blagom je porastu, i to uglavnom za svrhe stambenog zbrinjavanja.

Građani već nekoliko godina održavaju jednak nivo strateške podrške, koji je znatno manji nego kod poslovnog sektora: 17,3% akcija građana imalo je konkretne dugoročne efekte, a udeo ovih akcija u zabeleženoj sumi je 8,5%; građani su najaktivniji po pitanju nabavke opreme. Što se tiče jednokratne podrške, 72,6% akcija, koliko je udeo jednokratnih akcija u davanju građana, predstavlja isti nivo kao i u 2018. godini. Ipak, došlo je preraspodele akcija za različite upotrebe kratkoročnih donacija, pa su medicinski tretmani i lečenja u porastu, dok su humanitarna pomoć i potrošna roba u padu.

Zanimljivo je pogledati konkretne upotrebe donacija za neke tipove primalaca: neprofitne organizacije do sada su uvek bile ekskluzivni primaoci kada su u pitanju zadužbinski fondovi. Trag fondacija i Fondacija „Iskorak“ za sada su jedine organizacije koje prikupljaju sredstva za ovu namenu. Neprofitne organizacije su takođe su najveći primalac kada je u pitanju podrška za socijalne usluge. S druge strane država kao primalac najviše prima pomoć u vidu opreme, ali i potrošne robe. Pojedinci i porodice najčešći su korisnici humanitarne pomoći, medicinskih tretmana i lečenja i stambenog zbrinjavanja.

Upotreba donacija (u %)

Tema	2017.		2018.		2019.
Jednokratna	51,5%	↗	58,2%	↗	61,0%
Dugoročna	33,6%	↘	33,2%	↘	29,9%
Nepoznato	14,9%	↘	8,6%	↗	9,1%

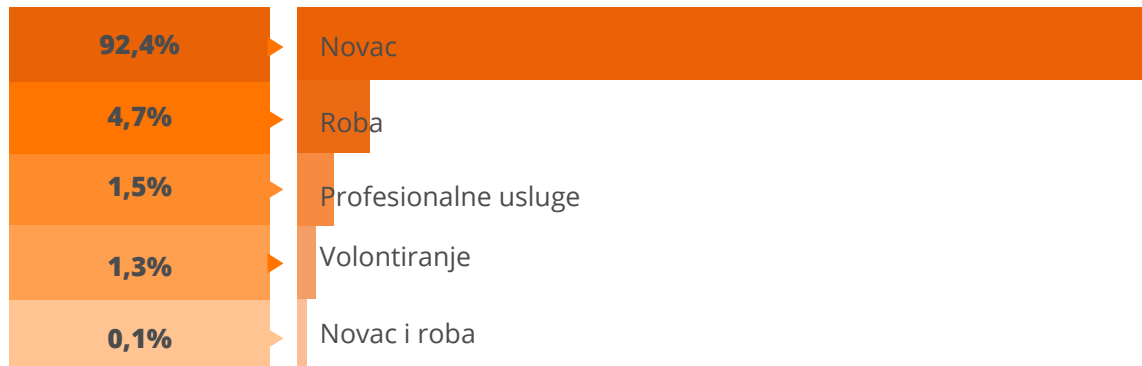
DUGOROČNA STRATEŠKA ULAGANJA

Zahvaljujući donaciji preduzeća Neofyton opremljena je laboratorija za polimere na Fakultetu tehničkih nauka u Novom Sadu u cilju promovisanja i uvođenja dualnog obrazovanja. Preduzeće donira novac, logističku podršku i vreme svojih zaposlenih inicijativi za uvođenje dualnog obrazovanja u srednje škole. Takođe, Neofyton od 2016. godine sa 1.000 evra godišnje podržava Galeriju Matice srpske u Novom Sadu za popunjavanje kolekcije, restauraciju umetničkih dela i zaštitu kolekcije, te programske aktivnosti. Zbog ovih doprinosa, Neofyton je nominovan i za nagradu VIRTUS za mala i srednja preduzeća u 2019. godini.

Kompanija Coca-Cola HBC – Srbija d.o.o. Zemun je podržala kampanju pod nazivom „Pomozimo ženama iz sela Stanišić da žive od svog rada“, koju je na platformi Donacije.rs pokrenulo udruženje „Somborska dobra bašta“. Donacija od 2.770 evra darovana je za kupovinu profesionalne solarne sušare. Sušara je mobilna, locirana napolju i izložena suncu, hidroizolovana i otporna na atmosferske padavine. Žene okupljene oko udruženja „Somborska dobra bašta“ bave se plasteničkom proizvodnjom, preradom i prodajom čeri paradajza. Ove žene spadaju u ekonomski ugroženu grupu stanovništva, pa je pored obezbeđivanja same sušare jako važno da je sušara i energetski efikasna i ekonomična. Ova donacija pomogla je grupi žena da promene svoj život nabolje i da se ekonomski osnaže.

Kako to čini od svog osnivanja, društveno odgovorna kompanija Telekom Srbija pozitivnom praksom i dobrim primerima projekata i ove godine nastavlja da ulaže u obrazovanje, nauku i kulturu. „Pokrećemo pokretače“ je program kompanije Telekom Srbija koji osnažuje institucije i pojedince da u svom okruženju pokreću pozitivne promene i motivišu druge da krenu tim putem. Program čine tri individualna projekta: „Stvaramo znanje“, „MTS app konkurs“ i „MTS startup ubrzanje“. Kompanija Telekom Srbija je u okviru projekta „Stvaramo znanje“, kao i svake godine, opremila informatičke kabinete 20 osnovnih škola u Srbiji i tako pružila mogućnost da se učenicima i nastavnicima obezbede savremeni uslovi za rad. Jedan od vodećih projekata u okviru programa „Podržimo znanje“ jeste „MTS app konkurs“, koji nastoji da se kroz rad na aplikacijama unapredi proces sticanja znanja, razvoj preduzetničkog duha i saradnje među mladima. Timovi koji su napravili najbolje mobilne aplikacije dobili su vredne nagrade u vidu mobilnih telefona. Projekat „MTS startup ubrzanje“ je program podrške namenjen tehnološkim preduzetnicima u ranoj fazi razvoja njihove poslovne ideje. Najviše tri preduzetnička tima u jednoj godini dobijaju novčani podsticaj u ukupnom iznosu od 20.000 evra. Kao još jedan primer podrške mladima, Kompanija Telekom Srbija pruža pomoć za odlazak mladih talenata na međunarodna takmičenja i olimpijade znanja, na kojima oni postižu vrhunske rezultate. Ove godine je kompanija obezbedila i više od 2.500 knjiga za biblioteke 10 osnovnih škola. Među primerima društveno odgovornog poslovanja koje sprovodi Telekom Srbija jeste i projekat „Udružene“, koji je kompanija realizovala 2019. godine sa ciljem podrške ženskom preduzetništvu. Podršku od kompanije dobilo je dvadeset udruženja žena iz Vojvodine u vidu donacije od po 1.700 evra.

6.2 Šta se daruje?



Svi darodavci u daleko najvećem broju slučajeva nastavljaju da daruju prevashodno novac. Primećuje se blagi porast ovog načina davanja unazad dve godine, i to za onoliko koliko darivanje u vidu robe, profesionalnih usluga, volontiranja i zajedničkih donacija novca i robe fluktuiraju u okviru nivoa iz 2018.

Podaci govore da su u okviru profila darodavaca mešoviti darodavci zapravo ti koji su učestvovali sa više novca i većim brojem akcija. Volonterski rad i dalje ostaje nisko na lestvici načina davanja, i to pretežno od strane građana. Imajući u vidu činjenicu da javnost volontiranje ne percipira kao davanje za opšte dobro, a da mediji o tome ne izveštavaju dovoljno, smatramo da je procenat ovog vida davanja zapravo veći. Ovo se takođe donekle odnosi na doprinos u profesionalnim uslugama, koji kompanije i mala i srednja preduzeća, pa ni pojedinci, ne smatraju integralnim delom dobročinstva.

Pogled na geografsku raspodelu govori da Beograd daleko prednjači kada su u pitanju svi tipovi donacija. Što se ostalih gradova tiče, po distribuciji akcija u novcu i robi za njim slede Novi Sad, Niš, Novi Pazar, Subotica i Zrenjanin.

Šta se daruje (% akcija)

Tema	2017.		2018.		2019.
Novac	88,0%	↗	89,9%	↗	92,4%
Roba	7,5%	↘	5,7%	↔	4,7%
Profesionalne usluge	1,7%	↔	1,8%	↔	1,5%
Volontiranje	1,3%	↔	1,7%	↔	1,3%
Novac i roba	1,5%	↔	0,9%	↔	0,1%

KAKO SE JOŠ DARUJE

Humanitarni rad Milinke Ivanović, medicinske sestre u penziji, traje više decenija. Milinka daje podršku kroz volonterski rad i izradu i doniranje igračaka za decu iz ranjivih kategorija društva. Samo tokom prošle godine Milinka je izradila i poklonila više od 1.800 ekoloških igračaka za decu migrante i izbeglice, decu sa invaliditetom, decu obolelu od dijabetesa i decu u vrtićima u Kruševcu u ukupnoj vrednosti od oko 900.000 dinara. Njene ekološke igračke nagradio je i žiri „Praktike“ na Etno-sajmu hrane i pića u Beogradu. Milinka ima izuzetno dobru saradnju sa lokalnom zajednicom, inicijatorica je svih humanitarnih aktivnosti u okviru etno-sekcije penzionerskog udruženja u Kruševcu, a prošle godine su, zahvaljujući njenoj inicijativi i upornosti, u njenom rodnom selu Slatina kod Knjaževca asfaltirani svi poljoprivredni putevi. Milinka je zbog svog rada nominovana za nagradu VIRTUS za individualni doprinos filantropiji u 2019. godini.

Povodom svetskog dana poezije, kompanija Julius Meinl d.o.o. Beograd je organizovala dobrotvornu akciju pod nazivom „Plati kafu stihom“. Julius Meinl je inspirisao ljubitelje kafe da napišu stihove i posvete ih dragim osobama, te da time, umesto novcem, plate svoju omiljenu kafu. U isto vreme akcija je uspela da nadahne i ugostitelje 54 lokala da se odreknu prihoda od prodaje kafe i novac doniraju u humanitarne svrhe. Sredstva prikupljena u okviru kampanje „Plati kafu stihom“ donirana su Odeljenju za anesteziju i reanimaciju na Klinici za akušerstvo i ginekologiju „Narodni front“, i to u vidu opreme koja je ovom odeljenju nedostajala. Ova akcija je time poboljšala kvalitet zdravstvenih usluga koje GAK „Narodni front“ pruža svojim pacijentima. Ukupno je prikupljeno 8.500 evra.

POKLANJANJE ZNANJA

Kompanija Link Group je treću godinu za redom dodelila jednogodišnje stipendije u vidu besplatnog školovanja na ITAcademy. Stipendije je dobilo trideset najuspešnijih maturanata – đaka generacije iz Srbije i Republike Srpske. Ova jednogodišnja nastava je obezbeđena onlajn putem najsavremenije platforme za učenje preko interneta Distance Learning. Programi koji su bili na raspolaganju su polaznicima omogućili da steknu znanja i veštine za najtraženija zanimanja, kao i da dobiju međunarodno priznate sertifikate iz IT oblasti kao što su Microsoft, Cambridge, Zend, Oracle, Adobe, Autodesk ili Cisco.

PROFESIONALNE USLUGE

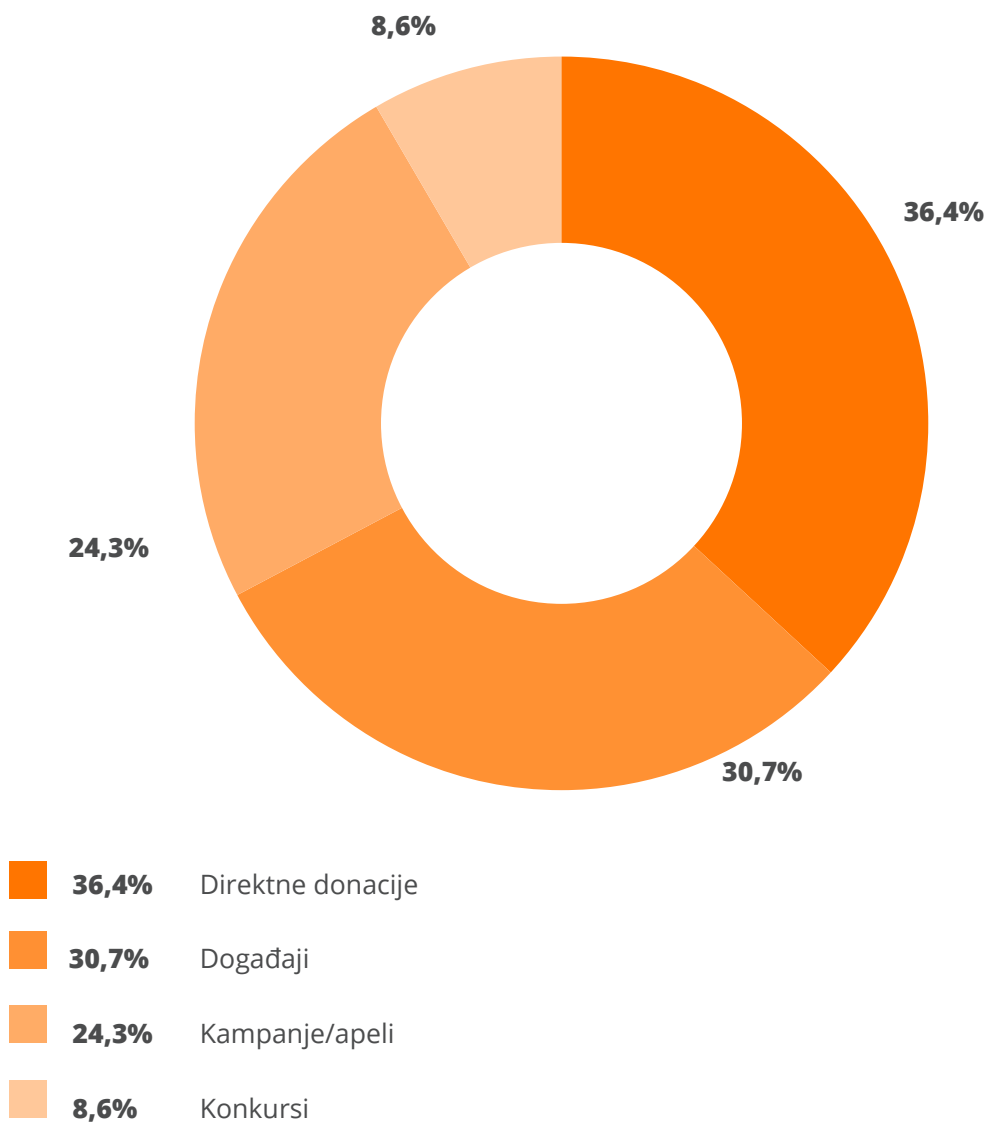
Građevinska kompanija RP Invest 1980 d.o.o. iz Kragujevca je obezbedila besplatne profesionalne usluge iz domena svoje ekspertize za izgradnju boravka za decu sa intelektualnim poteškoćama u Kosovskoj Mitrovici, koji vodi Asocijacija roditelja dece sa posebnim potrebama „Podrži me“ iz Kosovske Mitrovice. Vrednost donacije ovih profesionalnih usluga je 40.000 evra.

U 2019. godini, kompanija CarGo i udruženje NURDOR su potpisali protokol o saradnji kojim je CarGo obezbedio besplatnu uslugu prevoza u Beogradu za decu koja se leče od malignih bolesti i njihove roditelje. Na sličan način, u saradnji sa Ženskim centrom „Milica“, preduzeće TX Taksi Nataša Spasić PR iz Vrnjačke Banje obezbedilo je besplatan prevoz od Vrnjačke Banje do Kraljeva i nazad za sve pacijente koji primaju hemioterapiju u Opštoj bolnici „Studenica“.

VOLONTIRANJE

Od 2012. godine kompanija Vip Mobile radi na edukaciji i razvoju ekološke svesti, kako kod svojih zaposlenih, tako i kod šire javnosti, a sa ciljem da motiviše proaktivni pristup u zaštiti životne sredine. Zahvaljujući tome kompanija je nominovana za glavnu nagradu VIRTUS za doprinos na nacionalnom nivou u 2019. U ovoj godini Vip je zajedno sa dnevnim listom Blic sproveo nacionalnu kampanju „Očistimo reke Srbije“, i to u periodu od oktobra do kraja decembra 2019. Kampanja je podrazumevala niz akcija čišćenja obala i korita reka, koje su realizovane na 26 lokacija u Srbiji. U čišćenju je učestvovalo više od 900 volontera, među kojima je bilo preko stotinu zaposlenih u Vipu. Sa rečnih pojaseva uklonjeno je preko 400 kubnih metara smeća, koje je adekvatno deponovano i sortirano za reciklažu.

6.3 Načini davanja



Razlikujemo četiri glavne kategorije načina davanja: kampanje kao odgovori na pozive za donacije, direktne donacije (gde darodavac direktno bira partnera), davanja na događajima i objave poziva za dodelu sredstava, odnosno konkursi.

Direktne donacije preovlađuju, i ovaj trend traje od samog početka praćenja dobrotvornog davanja. Od 2016. godine fluktuacije direktnih donacija kreću se u okviru 2%, s tim da je ove godine zabeležen praktično isti nivo u odnosu na prošlu. Od 2018. godine događaji su drugi najzastupljeniji način davanja, a njihov nivo je ostao isti i u 2019. Procenat kampanja i apela je ove godine malo opao, a ovaj način davanja pokazuje trend smanjenja od 2016. godine.

Što se tiče konkursa, kroz koje uglavnom poslovni sektor podržava veliki broj projekata i inicijativa, kao i individualnih primalaca za podršku inovativnim idejama ili školarinama, nakon stagnacije u 2018, ovaj procenat akcija pokazuje rast u 2019. godini. Postoje naznake da kompanije počinju da gase ove programe i da polako prelaze sa finansiranja institucija, neprofitnih organizacija i pojedinaca preko konkursa na podršku sopstvenim projektima. Ipak, ova slika još uvek nije jasno vidljiva u 2019. godini, ali očekujemo da praćenje davanja za opšte dobro u budućnosti pokaže takav trend.

Kroz direktne donacije i konkurse najaktivnije i sa najvećim udelom sume daruje poslovni sektor, a kampanje i događaji okupljaju najviše građana i mešovitih darodavaca. Značajan je i novčani udeo privatnih fondacija kroz direktne donacije (malo preko 8% od ukupne zabeležene sume koja je darovana direktno).

Kampanje i događaji često se organizuju na teritoriji glavnog grada. Ovaj trend je jačao tokom godina, a u 2019. je oko 40% događaja i 40% kampanja organizovano samo u Beogradu. S druge strane, darivanje kroz direktne donacije preovlađuje u Šumadiji i Zapadnoj Srbiji (41,6% akcija u 2019. godini).

Uprkos fluktuacijama i manjim promenama u procentima, možemo zaključiti da se slika načina davanja nije promenila od prošle godine, jer darodavci i dalje aktivno podržavaju oblasti i korisničke grupe na sličan način kao i u proteklom periodu.

Načini davanja (% akcija)

Tema	2017.		2018.		2019.
Direktna donacija	34,4%	↗	35,8%	↔	36,4%
Događaji	28,2%	↗	31,5%	↔	30,7%
Kampanje/apeli	30,8%	↘	26,9%	↘	24,3%
Konkursi	6,6%	↔	5,8%	↗	8,6%

GRUPNO FINANSIRANJE (CROWDFUNDING)

Prethodne godine je već pisano o naglom porastu interesovanja za ovaj vid darivanja, odnosno prikupljanja sredstava. Da se podsetimo, grupno finansiranje je doživelo nagli uspon u 2018. godini, kada je pokrenuta prva domaća platforma za grupno finansiranje Donacije.rs, koju održava i administrira Fondacija Katalist. Pored ove platforme, od izvora za ovaj vid aktivnosti postoji i srpski ogranak hrvatske agencije Brodoto, koja pruža pomoć organizacijama da nauče da koriste međunarodne platforme za grupno finansiranje.

U 2019. godini preko onlajn platforme Donacije.rs građani i poslovni sektor donirali su 190.000 evra za 46 aktivnih kampanja. Ovo predstavlja veliki skok u odnosu na prošlu godinu, kada je bilo aktivno 20 kampanja i prikupljeno nešto više od 75.000 evra.

Najinteresantnije kampanje u 2019. koje su na platformi Donacije.rs pokrenute i realizovane svakako uključuju veoma uspešnu inicijativu Prve kragujevačke gimnazije da prikupi sredstva i pošalje 12 mladih robotičara učenika ove gimnazije na svetsko prvenstvo u Lego ligi u Hjustonu; sakupljeni iznos premašio je ciljanu sumu za skoro 5.000 evra. Svakako ćemo pomenuti i kampanju udruženja „Naša kuća“, koja je, pored kampanje za mlade robotičare, bila jedna od najuspešnijih. Ovo udruženje pruža podršku osobama sa teškoćama u razvoju da se aktivno uključe u društvo, da se zaposle i osamostale. Cilj inicijative za koju su uspešno sakupili neophodna sredstva bio je izgradnja urbane hidroponske bašte u kojoj mladi iz „Naše kuće“ proizvode zdravo povrće i začinsko bilje.

I ove godine platforma Donacije.rs korišćena je u okviru pomenutog Nacionalnog dana davanja, i to za prikupljanje sredstava za četiri inicijative u okviru kampanje „Škola dobrih ljudi“.

DARIVANJE KROZ KONKURSE

U 2019. kompanija CRH Srbija dodelila je sredstva kroz konkurs za program „Partnerstvo za budućnost“. Oblasti u okviru kojih su neprofitne organizacije, udruženja građana i institucije mogli da konkurišu bile su obrazovanje, kultura, sport i održivi razvoj, a konkurs je organizovan samo za organizacije ili institucije registrovane u opštini Paraćin. Na konkurs je prijavljeno 40 projekata, a izabrano je deset inicijativa, od kojih je svaka podržana sa po 3.000 evra. Dakle, ukupno je donirano 30.000 evra. Konkurs „Partnerstvo za budućnost“ je ove godine organizovan deseti jubilarni put, a među podržanim organizacijama nalaze se i Udruženje žena „Paraćinke“, Dečji hor „Dar“, osnovna škola „Radoje Domanović“, Dom zdravlja Paraćin i Udruženje distrofičara pomoravskog okruga.

U okviru četvrtog ciklusa programa „Pokreni se za nauku“ kompanija Philip Morris je u saradnji sa Centrom za razvoj liderstva dodelila grantove od po 5.106 evra za osam naučnih projekata iz oblasti biomedicinskih nauka. Tim novcem će mladi naučnici moći da unaprede i realizuju svoje ideje, koje će, zahvaljujući ovoj donaciji, biti realizovani u Srbiji. Ukupno je donirano 40.848 evra.

Erste Banka u saradnji sa Trag fondacijom tradicionalno organizuje program Superste.net, kroz koji podržava inovativne i kreativne ideje organizacija i neformalnih grupa. U okviru dva konkursa – „Centrifuga“ i „Superste+“ – u 2019. godini je podržano 11 projekata u ukupnom iznosu od preko 43.000 evra. Dijapazon tema kojima se bave podržani projekti je širok i uključuje obrazovanje, kulturu i umetnost, inicijative vezane za zdravstvo i podršku marginalizovanim grupama.

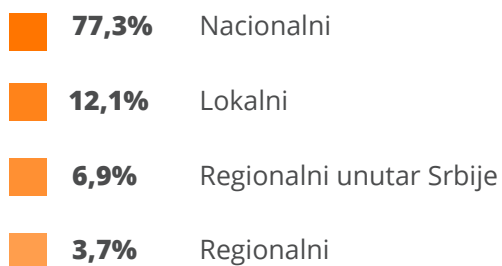
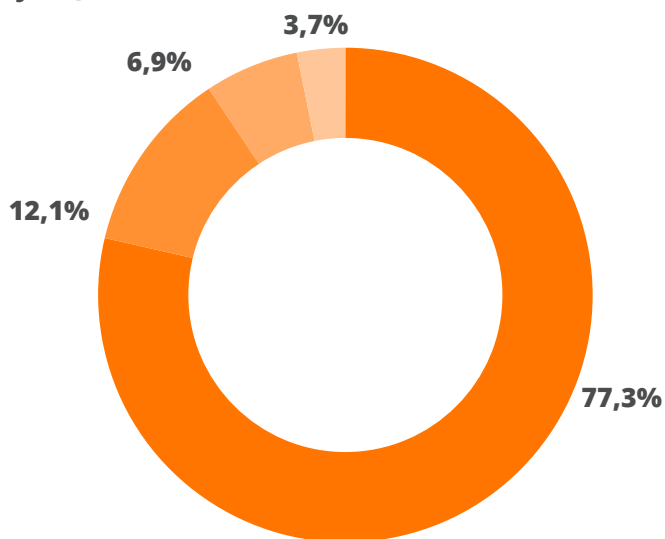
INOVATIVNA DAVANJA

Udruženje „Džedajski pokret“ (Jedi Movement) iz Niša osnovano je 2013. godine u želji da mir i prosperitet zajednice učini održivim i da aktivizam podigne na viši nivo. „Džedajski pokret“ je, u saradnji sa Trag fondacijom i socijalnom ustanovom Centar za porodični smeštaj i usvojenje iz Niša, pokrenuo akciju za prikupljanje sredstava za realizaciju sedmodnevnog kampa za mlade u okviru projekta „Sila prati Hrabre – Vlasina 2019“. Projekat je osmišljen da motiviše mlade koji su odrasli bez roditeljskog staranja da po završetku škole nastave svoje obrazovanje. U okviru sedmodnevnog kampa biće održane brojne radionice iz oblasti zdravog života, kreativnih industrija, ekologije, projektnog menadžmenta, preduzetništva, javnog nastupa i sportskog života. U okviru projekta „Sila prati hrabre“ niški „džedaji“ organizovali su humanitarni „Pab Kviz POP Kulture“ u Leskovcu u kaficu Murphy's pub. Još neki od događaja koji su organizovani jesu „PES Turnir“, „Humanitarna kafa“ i „Filantropsko finale“ u saradnji sa moto-klubom „MC Road Guardians“. Uz pomoć platforme Donacije.rs prikupljeno je ukupno 2.843 evra za smeštaj i ishranu, transport, opremu za radionice, majice i catering za sedmodnevni kamp.

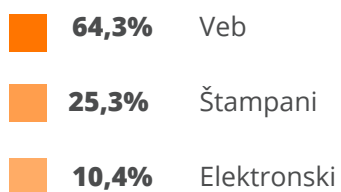
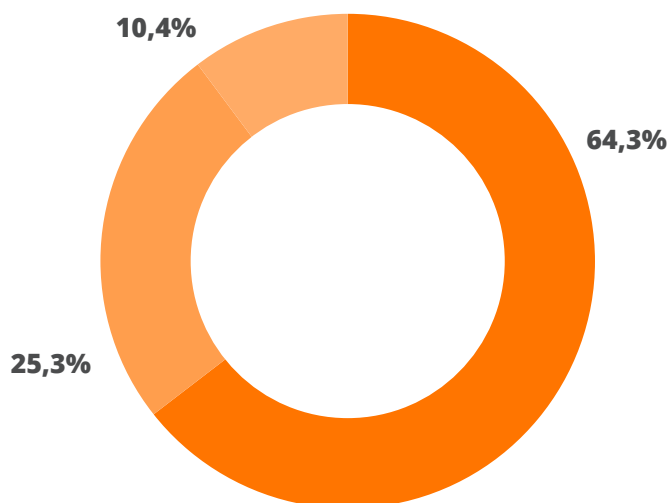


Medijska pokrivenost

Tip medija (% objava)



Pokrivenost



O dobročinstvu u Srbiju u 2019. izveštavano je u ukupno 8.807 medijskih objava, što je za 5,3 % više nego u 2018. godini.

Redosled medijskih objava prema pokrivenosti isti je od 2017. godine. Najzastupljenije su onlajn medijske objave, čiji broj raste u proseku za 9,6% godišnje. Još jedan trend koji se nastavlja iz prethodnog perioda jeste pad kod štampanih medija, dok su elektronski mediji zadržali isti nivo kao 2018. godine.

Što se tiče teritorijalne pokrivenosti, o dobročinstvu daleko najčešće izveštavaju nacionalni mediji. Procenti objava svih tipova medija u 2019. godini ne pokazuju velike fluktuacije i zapravo drže nivo iz 2018. Ove godine zabeleženo je 1,9% izveštaja stranih medija iz drugih zemalja, a to je nivo koji se održava od 2015. godine.

Broj medijskih kuća koje su izveštavale o dobročinstvu u Srbiji u 2019. godini veći je nego prethodne godine. Ukupno ih ima 685, od čega je čak 531 onlajn medij, 118 štampanih i 36 elektronskih medija – povećanje je najvidljivije u broju onlajn medija. Među njima, Blic.rs, Novosti.rs i Kurir.rs su ove godine najčešće izveštavali o dobročinstvu, i to sva tri sa povećanim brojem izveštaja. Od štampanih medija najviše izveštavaju Blic, Dnevnik Srbija i Večernje novosti, dok u okviru elektronskih medija Radio Televizija Srbije i dalje vodi, a za njom slede TV Studio B i TV Pink.

Podaci pokazuju da se od 2015. godine preko 60% objava publikuje od 10. strane na dalje, dok je procenat izveštaja koji se objavljuje između 6. i 10. strane i u 2018. i u 2019. godini oko 24%. Mediji koji temu dobročinstva smatraju značajnom objavljuju priloge od 1. do 5. strane u 12% slučajeva, i taj nivo je konstanta u poslednjih nekoliko godina. Što se tiče veličine objava, najveći broj objava (71,1%) zauzima do pola strane; ovaj procenat je u smanjenju u odnosu na prošlu godinu, dok je procenat objava koje zauzimaju jednu stranice ili više u blagom porastu, što je pozitivan trend. Pozicija i dužina medijskih objava u štampanim medijima govori nam da se situacija po pitanju mišljenja javnog mnjenja o važnosti ove teme u proteklom periodu nije mnogo promenila. Takođe, dobar pokazatelj percepcije važnosti teme jeste i vreme emitovanja priloga na televiziji i radiju. Samo 11% medijskih objava emituje se u terminu najveće gledanosti, odnosno slušanosti, što znači nakon 19 časova, i ovaj nivo je isti kao prošle godine.

Broj objava koje su negativno izveštavale o dobročinstvu (manje od 1%) opao je u odnosu na prošlu godinu, i vratio se na nivo od pre 2018. godine.

Iako je ove godine ukupno bilo nešto više medijskih izveštaja, ne možemo reći da se „kvalitet“ izveštavanja poboljšao jer su informacije koje se plasiraju i dalje nepotpune i nestandardizovane. Tome u prilog govori i činjenica da je u 2019. transparentnost iznosa darovane sume u medijima pala sa prošlogodišnjih 46,1% na 40,2%. Uprkos nedostacima, u odnosu na ostale zemlje u regionu mediji u Srbiji i dalje najaktivnije izveštavaju o ovoj temi. Svakako postoji veliki prostor za unapređenje i verujemo da će bolja promocija dobročinstva u javnosti rezultirati i većim interesovanjem medija za ovu temu.



Prilozi

8.1 Promene u pravno-fiskalnom okviru za dobročinstvo

Kao rezultat rada Koalicije za dobročinstvo i Saveta za filantropiju pri kabinetu predsednice Vlade Republike Srbije, te inicijativa pokrenutih u godini pre, tokom 2019. godine napravljena su dva pomaka u radu na unapređenju pravno-fiskalnog okvira:

- Povećan je neoporezivi iznos stipendija i kredita učenika i studenata na 30.000 dinara. Narodna skupština usvojila je 6. decembra 2019. godine Zakon o izmenama i dopunama Zakona o porezu na dohodak građana, kojim je neoporezivi iznos stipendija povećan sa 11.741 dinara na 30.000 dinara. Povećanje neoporezivog iznosa stipendija i kredita učenika i studenata do 30.000 dinara mesečno predložila je Vlada Republike Srbije saglasno inicijativama Ministarstva prosvete i Radne grupe za unapređenje pravnog i fiskalnog okvira za davanje za opšte dobro Saveta za filantropiju predsednice Vlade Republike Srbije. Ova mera uticaće na povećanje broja stipendija i stimulisaće njihov rast;
- Objavljeno je Uputstvo za ostvarivanje poreskih olakšica za donatore. Nepoznavanje i nerazumevanje postojećih zakonskih odredbi koje propisuju mehanizme za poreska umanjenja za davanja u opštekorisne svrhe umnogome je ograničavalo doniranje od strane pravnih lica kao donatora. Ovaj mehanizam je malo korišćen zbog nerazumevanja načina primene poreskih olakšica, kao i zbog nedovoljno preciznog i neujednačenog tumačenja o tome koji se troškovi priznaju i ulaze u poreska umanjenja. Razlog slabog korišćenja ovog mehanizma proizilazi i iz činjenice da nisu postojali posebni propisi, podzakonska akta ili posebna mišljenja Ministarstva finansija o primeni mehanizma iz člana 15. Zakona o porezu na dobit pravnih lica. Imajući u vidu navedeno, Poreska uprava usvojila je i na svom sajtu 31. oktobra 2019. godine objavila Uputstvo za ostvarivanje poreskih olakšica za donatore. Njime se dodatno pojašnjava primena člana 15. Zakona o porezu na dobit pravnih lica. Usvajanje priručnika jedan je od rezultata rada Saveta za filantropiju i Radne grupe za unapređenje pravnog i fiskalnog okvira za davanja pravnih lica. Uputstvo je objavljeno na sajtu Poreske uprave: <http://www.poreskauprava.gov.rs/sr/pravna-lica/pregled-propisa/uputstva/5952/uputstvo-za-ostvarivanje-poreskih-olaksica-za-donatore.html>.

Da podsetimo, Savet za filantropiju osnovan je 2018. godine sa ciljem da se unapredi zakonodavni okvir za davanje. U okviru Saveta za filantropiju predsednice Vlade Republike Srbije su tokom 2019. formirane tri radne grupe i jedno radno telo, koji rade na izradi predloga izmena zakona. To su:

- 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. Tokom 2019. godine u ovim radnim grupama i radnom telu izrađeno je više analiza troškova i koristi (engl. cost-benefit analysis), kojima su praćeni predlozi za izmene pojedinih zakonskih rešenja, pre svega u oblasti regulisanja PDV-a na donacije u robi i uslugama. Agenda i akcioni plan za rad Saveta sastavljeni su na osnovu ranije analize zakonskog okvira i podataka iz istraživanja.

Akcioni plan je potvrđen i objavljivanjem Filantropske agende (Analiza i predlozi za unapređenje poreskih i drugih propisa od značaja za razvoj davanja za opšte dobro), koju je izdala Trag fondacija, a koju je za potrebe Koalicije izradio dr Dragan Golubović, stalni član Saveta eksperata za neprofitno pravo Saveta Evrope (engl. Expert Council on NGO Law). Filantropska agenda 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 koja 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 nepokretnostima 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. Pojašnjenja objavljena u uputstvu Poreske uprave.
- 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 primer narodnim kuhinjama) nisu izuzete od plaćanja PDV-a na tu robu i usluge. Predlozi za izmene podneti na sastanku Saveta.
- Zakon o porezu na dohodak građana
- Nema poreskih povlastica za davanja fizičkih lica koja su poreski obveznici (uključujući i preduzetnike).
- Stipendije (ostvarena promena: povećanje neoporezivog iznosa)
- 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 su za veliki broj studenata i učenika donatori plaćali poreze na stipendije. Povećanjem neoporezive osnovice smanjeni su troškovi (koje trenutno snose donatori) i stvorila se mogućnosti za porast stipendija, ali i porast broja stipendiranih učenika i studenata.
- Zakon o volontiranju
- Zakon o volontiranju tretira kao produžetak 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 su u suprotnosti sa članom 11. Evropske konvencije o ljudskim pravima, i to kada je reč o udruženjima organizatorima volonterskih aktivnosti;
- Odredbe o prekršajima u suprotnosti su sa međunarodnim standardima koji uređuju pitanje sankcija za neprofitne organizacije.

8.2 Metodologija istraživanja

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

Kao što je ranije navedeno, Katalist se opredelio za alternativne načine prikupljanja podataka, pa koristi 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 2019. 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 medija, a zatim obavlja i dodatna istraživanja, odnosno proverava izveštaje kompanija i neprofitnih organizacija (ukoliko su oni objavljeni), a tamo gde je moguće vrši i verifikaciju kroz direktnu komunikaciju. 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 pokazatelji koje smo definisali. U tom smislu, kontinuirano praćenje kroz godine ukazuje na trendove razvoja davanja za opšte dobro, kao i na trendove u medijskim prikazima.

Kao deo procesa stalnog usavršavanja praćenja dobročinstva, Katalist je ove godine uveo promene metodologije u delu analize i izveštavanja. Iako su mediji od početka bili naš primarni izvor informacija, od ove godine oni postaju isključivi izvor informacija kretanja trendova u različitim akcijama/sumama koje su darodavci i primaoci razmenili: trendove u davanju za različite segmente, za koje su proporcije posebno izračunate za sve prethodne godine, posmatramo samo kroz podatke koje su mediji objavili. Ipak, dopunjavanje i provera podataka sa direktnim izvorima i dalje pružaju veliki doprinos kvalitetu izveštavanja, pa se tako i ove godine taj proces primenjuje na medijski obuhvaćene akcije, posebno kada je u pitanju razjašnjenje o učesnicima ili darovanoj sumi. Što se tiče ukupne zabeležene i procenjene sume, kompletnu sliku nivoa davanja za opšte dobro nastavljamo da posmatramo uzimajući

u obzir podatke iz svih izvora.

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 preliminarnan uvid u stanje u oblasti davanja za opšte dobro u Srbiji.

⁶Različiti mediji vrlo često izveštavaju o istim donacijama, te se upoređivanjem podataka iz više medijskih izveštaja dobijaju tačniji i potpuniji podaci.

8.2.1 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) namene davanja; 4) primaoci donacija i krajnji korisnici; 5) darodavci; 6) sume date u dobrotvorne svrhe; 7) akteri; 8) 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 tih faktora. Korišćeni pokazatelji dati su u sledećoj tabeli.

Faktor	Pokazatelj (posmatrani vremenski period – godinu dana)
akcije/inicijative za dobrotvorna davanja	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • različite grupe (tipovi) metoda za prikupljanje novca • % zastupljenosti različitih metoda • pojava novih metoda za prikupljanje novca • namene za koje se podrška prikuplja

⁷Iako 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.

⁸Pod 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 razvija svest o važnosti i ulozi dobrotvornog davanja u društvu.

namene akcija za dobrotvorno davanje	<ul style="list-style-type: none"> • broj (%) akcija po svakoj od namena • pojava novih namena • upotreba donacija po nameni
primaoci donacija i krajnji korisnici	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 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 se, nadamo se, nastaviti – 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.

8.3 O nama

Fondacija Katalist (Catalyst Balkans)

Catalyst Balkans razvija dobročinstvo upotrebom podataka i tehnologije. Mi pomažemo neprofitnim organizacijama, donatorima i zajednicama da se povežu i sopstvenim snagama naprave pozitivnu promenu u društvu.

Naš rad se zasniva na četiri stuba:

- istraživanje i prikupljanje podataka o dobročinstvu;
- razvoj tehnologije za dobročinstvo;
- razvoj kapaciteta i savetovanje organizacija koje prikupljaju sredstva, kao i donatora;
- javno zagovaranje pravnih i fiskalnih promena kako bismo građanima i kompanijama omogućili da lakše i više doniraju za opšte dobro.

Naši alati su:

- Giving Balkans – vizuelizacija podataka o dobročinstvu na Zapadnom Balkanu;
- CiviCatalyst – platforma za upravljanje zajednicom;
- Donacije.rs – platforma za grupno finansiranje neprofitnih organizacija;
- Nefitne.rs – platforma za ocenu transparentnosti neprofitnih organizacija (u razvoju).

Catalyst Balkans je regionalna fondacija sa sedištem u Beogradu. U Srbiji smo jedan od osnivača Srpskog filantropskog foruma, deo Koalicije za dobročinstvo i Resurs centra za OCD. Deo smo i regionalne mreže SIGN. Naši partneri su lokalne organizacije sa Zapadnog Balkana, ali i širom sveta.

catalystbalkans.org / givingbalkans.org

Koalicija za dobročinstvo i Projekat za unapređenje okvira za davanje

Koalicija za dobročinstvo formirana je krajem 2017. godine sa ciljem da razvije i ojača filantropsku infrastrukturu, podstakne održivi rast davanja za opšte dobro i pomogne u razvoju međusektorskih partnerstava. Predvodi je Fondacija „Ana i Vlade Divac“, a ostali članovi koalicije su Trag fondacija, Catalyst Balkans, Smart kolektiv, Srpski filantropski forum, Forum za odgovorno poslovanje i Privredna komora Srbije. U okviru „Projekta za unapređenje okvira za davanje“, koji finansijski podržava Američka agencija za međunarodni razvoj (USAID), Koalicija svojim delovanjem radi na unapređenju pravnog okvira za razvoj podsticajnog i transparentnog davanja i promoviše dobročinstvo i kulturu davanja u Republici Srbiji i dijaspori.

Na inicijativu Koalicije, predsednica Vlade Republike Srbije je krajem 2017. godine osnovala Savet za filantropiju. U okviru projekta Koalicija sprovodi razna istraživanja o dobročinstvu i transparentno objavljuje podatke kako bi promovisala ovu temu. Koalicija je takođe podržala umrežavanje aktera kroz organizaciju brojnih događaja, kao i kroz tri kampanje: Nacionalni dan davanja, pokrenut u 2018. godini, čiji je cilj da kroz zajedničku akciju raznih aktera prikupi sredstva za određenu temu i primaoca; Trku dobrote, u saradnji sa Beogradskim maratonom, u okviru koje trkači pomažu neprofitnim organizacijama da prikupe sredstva za svoje ciljeve; i DobročiniTim, koji okuplja pojedince koji žele da daju svoj doprinos.



USAID
OD AMERIČKOG NARODA

°catalyst



smart
KOLEKTIV

