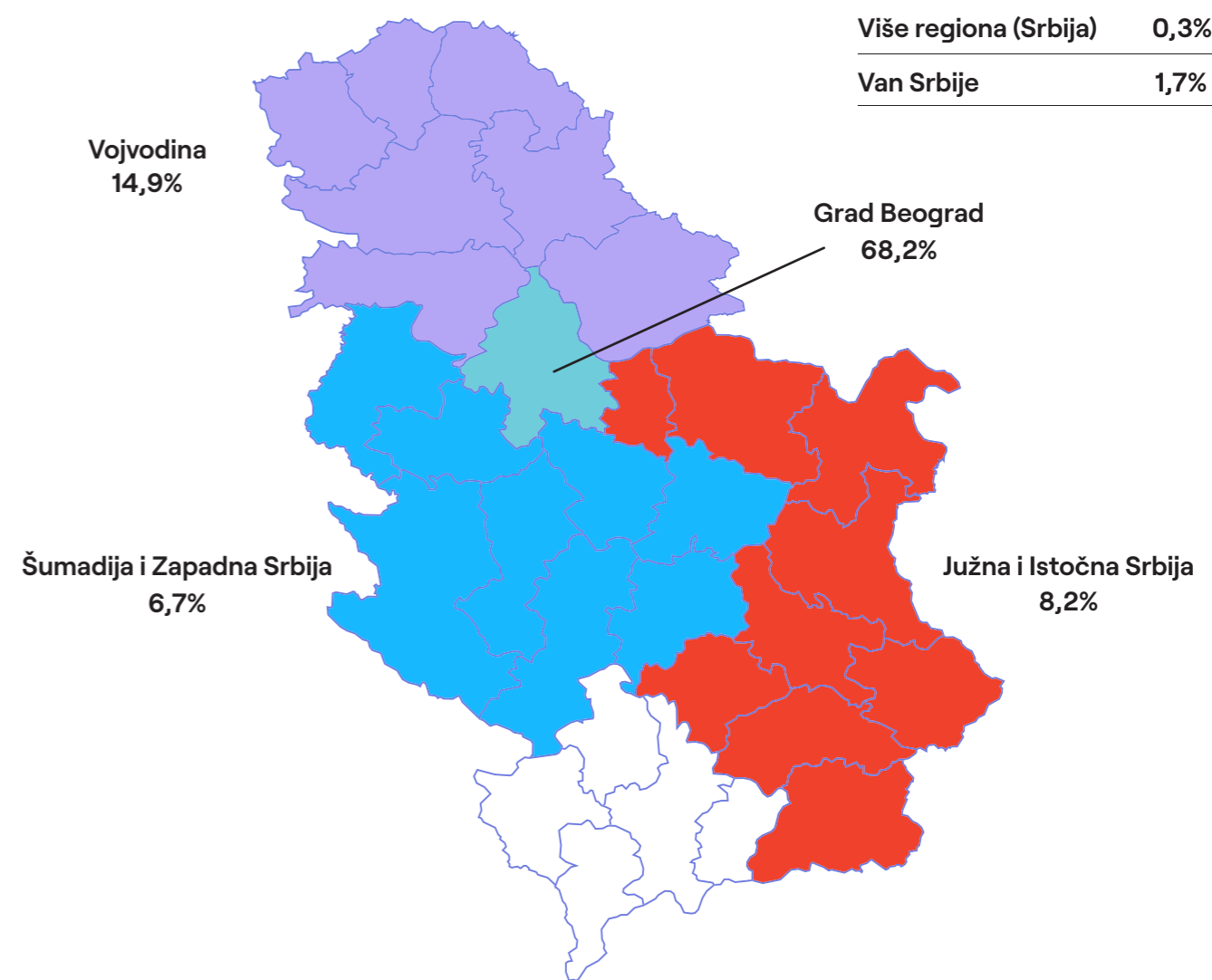


Srbija daruje neprofitnom sektoru

Izveštaj za 2019. godinu – glavni nalazi



—
**Septembar
2020.**



Broj ukupno zabeleženih akcija: 3.037

Akcije usmerene na neprofitne organizacije: 30,6%

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

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

KLJUČNE TAČKE

- U neprofitni sektor spadaju sledeći tipovi udruženja i inicijativa: udruženja građana, privatne fondacije, organizacije iz dijaspore, strane organizacije civilnog društva, korporativne fondacije i neformalne grupe. I u 2019. godini najprisutniji tipovi neprofitnih organizacija u davanju za opšte dobro su udruženja građana, a zatim privatne fondacije.
- Uprkos činjenici da je zastupljenost određenih tema i korisničkih grupa veoma ograničena, treba imati u vidu da bi bez rada i angažovanja neprofitnih organizacija koje se bave primarno njima, te oblasti i korisnici ostajali potpuno zanemareni ili ne bi bili podržani uopšte. Za većinsku podršku temama poput nasleđa, nezavisnih medija, socijalnog preduzetništva, sporta, ekonomskog razvoja i brige o životinjama zaslužne su neprofitne organizacije. Korisničke grupe poput izbeglica i raseljenih lica, nezaposlenih i osoba kojima je potrebno palijativno zbrinjavanje, u 2019. godini podržavane su isključivo preko neprofitnog sektora. Svakako, neprofitne organizacije imaju nezamenljivu ulogu u podršci i ključnim temama i korisničkim grupama.
- Neprofitne organizacije rade izuzetno važan posao u svojim zajednicama, uspevajući da kroz razne inicijative mobilišu građane i kompanije i dobiju njihovu podršku u naporima da ostvare pozitivne promene u velikom broju oblasti i pruže pomoć širokom dijapazonu korisničkih grupa. Određeni broj organizacija i fondacija, koje su već godinama prepoznate i aktivne, nastavlja da razvija svoje delovanje i radi na promociji tema koje zastupa, dok darodavci jasno iskazuju sve veće poverenje i spremnost da ih podrže. To, kao i činjenica da se broj takvih organizacija polako uvećava, predstavlja svojevrsno ohrabrenje da se sa ovom praksom nastavi i u budućnosti.

GEOGRAFSKA DISTRIBUCIJA

- Najveći procenat akcija usmeren je ka neprofitnim organizacijama iz Beograda, što je bio slučaj i u prethodne dve godine. Možemo zaključiti da je davanje donekle centralizovano, sa još većim procentom akcija usmerenih ka Beogradu nego u 2018. godini. Treba ipak imati i u vidu da određeni broj organizacija ima sedište u Beogradu, odakle se podrška dalje distribuira u druge regione koje organizacije pokrivaju svojim aktivnostima. Organizacije iz Vojvodine, Šumadije i Zapadne Srbije su bile manje aktivne, dok je region Južne i Istočne Srbije ostalo na istom nivou kao i u 2018. sa ovom praksom nastavi i u budućnosti.

KOME KORISTE DONACIJE – KO SU KORISNICI POMOĆI NEPROFITNIH ORGANIZACIJA?

- Najveći procenat akcija usmeren je ka neprofitnim organizacijama iz Beograda, što je bio slučaj i u prethodne dve godine. Možemo zaključiti da je davanje donekle centralizovano, sa još većim procentom akcija usmerenih ka Beogradu nego u 2018. godini. Treba ipak imati i u vidu da određeni broj organizacija ima sedište u Beogradu, odakle se podrška dalje distribuira u druge regione koje organizacije pokrivaju svojim aktivnostima. Organizacije iz Vojvodine, Šumadije i Zapadne Srbije su bile manje aktivne, dok je region Južne i Istočne Srbije ostalo na istom nivou kao i u 2018. sa ovom praksom nastavi i u budućnosti.

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

- Najzastupljeniji korisnici neprofitnog sektora u 2019. godini su osobe sa zdravstvenim problemima, osobe sa invaliditetom, ekonomski ugroženi građani i populacija lokalnih zajednica.
- Druge, manje zastupljene korisničke grupe nisu imale više od 3% zabeleženih akcija pojedinačno. Među njih spadaju: ljudi iz drugih zemalja, deca bez roditeljskog staranja, žene i deca žrtve nasilja, talentovana deca i mladi, opšta populacija, osobe kojima je potrebno palijativno zbrinjavanje, jednoroditeljske porodice, majke i novorođenčad, deca u riziku, populacija manjinskih zajednica, izbeglice i interno raseljene osobe, nezaposleni, starija populacija i životinje.

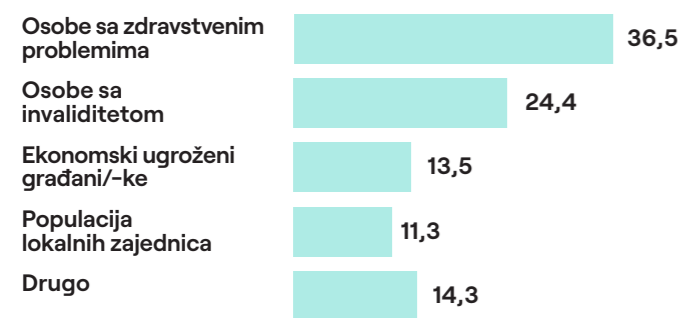
KO DAJE

- Građani su i u 2019. godini najaktivniji darodavci neprofitnom sektoru, i oni su u najvećem broju slučajeva pružali podršku kroz događaje i kampanje. Sledi ih poslovni sektor, koji se najčešće odlučivao za darivanje putem direktnih donacija. Mešoviti darodavci, koji se najčešće odlučuju za davanje putem kampanja, imali su rast aktivnosti u odnosu na prethodnu godinu. Pojedinci su ostali na istom nivou, sa malim procentom broja akcija.

KOME KORISTE DONACIJE: KO SU KORISNICI POMOĆI NEPROFITNIH ORGANIZACIJA?

Na osnovu podataka možemo zaključiti da su kroz rad neprofitnih organizacija najčešće podržane: osobe sa zdravstvenim problemima, osobe sa invaliditetom, ekonomski ugroženi građani i građanke i populacija lokalnih zajednica. Ostale korisničke grupe za koje su neprofitne organizacije dobile podršku u manjoj meri su ljudi iz drugih zemalja, deca bez roditeljskog staranja, žene i deca žrtve nasilja, životinje i dr.

Ključne korisničke grupe i neprofitne organizacije



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

Kada govorimo o korisničkim grupama koje su manje zastupljene (od 0,1% do 10% ukupnog broja akcija), primećujemo da su to uglavnom kategorije koje su slabije prisutne i na generalnom nivou kod drugih primalaca. Pretpostavljamo da je to povezano sa činjenicom da se manji broj organizacija bavi specifičnim ranjivim grupama kao što su osobe kojima je potrebno palijativno zbrinjavanje, jednoroditeljske porodice, nezaposleni ili populacija manjinskih zajednica. Posledično, ove organizacije su manje vidljive nego organizacije koje se bave najzastupljenijim grupama. Neke od ovih organizacija su osnovane u skorije vreme, te im je potrebna i veća podrška u predstavljanju problema sa kojima se suočavaju njihovi krajnji korisnici.

Poređenje sa podacima iz 2018. godine

Podaci nam pokazuju da se u poređenju sa 2018. godinom redosled ključnih korisničkih grupa nije promenio. Ipak postoje male fluktuacije u procentima zastupljenosti. Najveća promena je porast broja akcija usmerenih ka osobama sa zdravstvenim problemima, što se odrazilo i na porast podrške temi zdravlja na generalnom nivou. Porast je takođe zabeležen kod osoba sa invaliditetom, dok je kod ekonomski ugroženih građana i građanki zabeležen blagi pad. Populacija lokalnih zajednica je zadržala isti nivo podrške kao i u prethodnoj godini.

Korisničke grupe	Broj akcija usmerenih na četiri ključne korisničke grupe (u %)		
	2018.	Trend	2019.
Osobe sa zdravstvenim problemima	28,7%	↑	36,5%
Osobe sa invaliditetom	22,1%	↑	24,4%
Ekonomski ugroženi građani/gračanke	14,9%	↓	13,5%
Populacija lokalnih zajednica	10,9%	~	11,3%

PRIMERI: KORISNICI NEPROFITNIH ORGANIZACIJA

Primer: Tokom 2017. godine Tamara Klarić i Bogdan Stevanović (dobitnici VIRTUS nagrade 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, 2019. godine, 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.

Procenat broja akcija	Od 5% do 10%	od 3 do 5%	od 1 do 3%	ispod 1%
Korisničke grupe	----	----	ljudi iz drugih zemalja, deca bez roditeljskog staranja, žene i deca koji su preživeli nasilje, talentovana deca i mladi, opšta populacija, životinje	osobe kojima je potrebno palijativno zbrinjavanje, jednoroditeljske porodice, majke i novorođenčad, deca u riziku, populacija manjinskih zajednica, izbeglice i interno raseljene osobe, nezaposleni, starija populacija

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 evro. Društveno odgovorne kompanije u Srbiji kupovale su korake i na taj način donirale sredstva NURDOR-u za izgradnju treće roditeljske kuće u Beogradu, koja će se koristiti za smeštaj dece obolele od raka i njihovih porodica i brigu o oboleloj deci. „Pruži korak“ je prva kampanja ove vrste u Srbiji i kampanja koja je okupila veliki broj darodavaca u veoma kratkom roku.

Primer: Udruženje građana „Košnica“ iz Novog Sada svoju misiju je posvetilo dobrobiti dece bez roditeljskog staranja ili bez adekvatnog roditeljskog staranja. Aktivnosti udruženja usmerene su na decu i mlade iz dečijih sela i domova za decu bez roditeljskog staranja, ne samo u Srbiji, već i u Bosni i Hercegovini, na Kosovu, u Makedoniji i u Sloveniji. Rad sa šticećenicima SOS Dečijeg sela „dr Milorad Pavlović“ iz Sremske Kamenice odvija se kontinuirano tokom cele godine. Tokom 2019. godine održan je petnaesti sportsko-ekološki kamp „Košnica prijateljstva“ za decu uzrasta od 6 do 13 godina, koja su tokom kampa imala priliku da, kroz raznovrsne radionice prilagođene njihovom uzrastu, savladaju neke od osnovnih veština iz raznih oblasti, kao što su kultura, sport, očuvanje životne sredine, kao i veštine neophodne za osamostaljivanje i sticanje samopouzdanja. Tokom kampa posetioci su imali priliku da daju donacije u vidu knjiga ili društvenih igara. Sa decom rade volonteri, koji se posebno

angažuju za ovu aktivnost. U ovom programu je od samog početka do sada učestvovalo preko 500 volontera.

Širok dijapazon korisničkih grupa podržan je kroz rad organizacija civilnog društva u okviru programa „Akademija održivosti“, koji je sprovela Trag fondacija tokom 2019. godine. Deset organizacija koje su izabrane da budu deo programa uspele je da prikupi više od 31.000 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 dodatni motiv, jer su organizacije nakon samo tri meseca ovaj iznos premašile. Novčana sredstva su prikupljena u različitim zajednicama širom Srbije od pojedinačnih, malih i srednjih preduzeća i velikih kompanija, a većina organizacija je nastavila da prikuplja sredstva i nakon ovog izazova. Uključene organizacije, koje se bave raznim temama, prethodno su stekle znanje na obukama koje je organizovala Trag fondacija, a na kojima su simulirane buduće kampanje. Troškove kampanja je Trag fondacija finansirala jednakim iznosima od po 700 evra u dinarskoj protivvrednosti.

Primer: U okviru ovog programa Trag fondacije, Fondacija za mlade Obrenovca je uspešno organizovala kampanju za prikupljanje sredstava za obnovu školskog dvorišta i rekonstrukciju zidova osnovne škole u Velikom Polju pored Obrenovca. Tokom kampanje prikupljeno je oko 5.000 evra od 33 kompanije

i pojedinaca. Meštani Velikog Polja dali su svoj doprinos kroz volontiranje tokom radova. Pored planiranih radova, okrećena je i unutrašnjost škole i središnja je školska ograda.

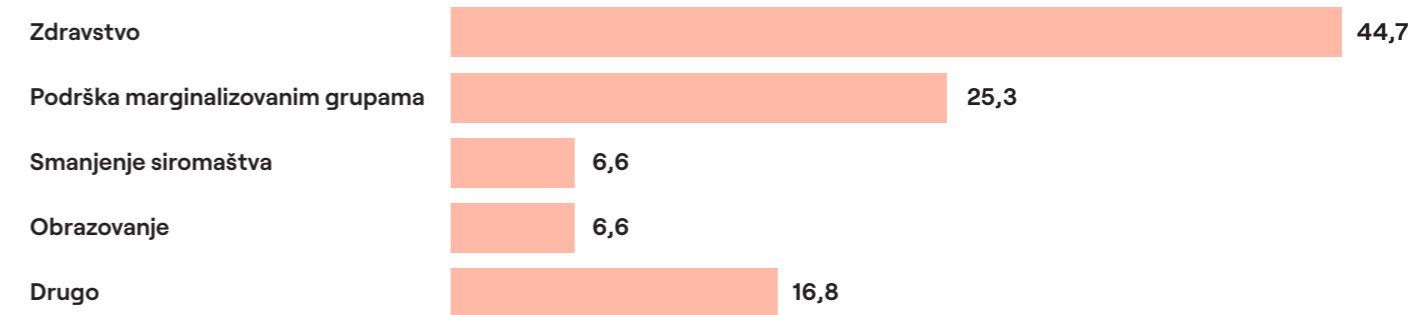
Primer: Udruženje „Džedajski pokret“ (Jedi Movement) iz Niša osnovano je 2013. godine u želji da mir i prosperitet zajednice učini održivim i da aktivizam podigne na viši nivo. „Džedajski pokret“ je, u okviru „Akademije održivosti“ i u saradnji sa socijalnom ustanovom Centar za porodični smeštaj i usvojenje iz Niša, pokrenuo akciju za prikupljanje sredstava za realizaciju sedmodnevnog kampa za mlade u okviru projekta „Sila prati Hrabre – Vlasina 2019“. Projekat je osmišljen tako da motiviše mlade koji su odrasli bez roditeljskog staranja da po završetku škole nastave svoje obrazovanje. U okviru projekta „Sila prati hrabre“ niški „džedaji“ organizovali su humanitarni „Pab Kviz POP Kulture“ u Leskovcu u kafiću „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.

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

Četiri najzastupljenije teme koje su kroz rad neprofitnih organizacija podržane u 2019. godini ostaju zdravstvo, podrška marginalizovanim grupama, smanjenje siromaštva i obrazovanje. U okviru zdravstva, najveći procenat zabeleženih akcija je zapravo bio realizovan u okviru kampanja i događaja za potrebe prikupljanja sredstava za lečenje dece sa zdravstvenim problemima. Podrška marginalizovanim grupama uzima oko jedne četvrtine svih akcija, dok smanjenje siromaštva i obrazovanje imaju znatno manji procenat. Među ostalim temama najprisutnije su sport, briga o životinjama i ekonomski razvoj. Kompanije kao što su CRH (Srbija) d.o.o, Vojvođanska banka a.d. Novi Sad, Telekom Srbija a.d. Beograd i Coca-Cola HBC – Srbija d.o.o. Zemun, u svoje programe uključile su i podršku udruženjima građana koja se bave razvojem pčelarstva ili unapređenjem ženskog preduzetništva.

Lista slabije podržanih tema kojima su se neprofitne organizacije bavile u 2019. godini ostaje široka, ali je svake godine procenat akcija usmeren ka ovim temama veoma mali. Potrebno je napomenuti da su u 2019. godini neprofitne organizacije nastavile da budu primalac koji je, u poređenju sa ostalim tipovima primalaca, u najvećem procentu akcija podržao teme kao što su kultura i umetnost, ekonomski razvoj, nasleđe, nezavisni mediji, sport i briga o životinjama. Nekim temama kao što su javna infrastruktura primarno se bave institucije, te je logično da će za podršku toj temi, ionako ograničeno davanje, biti još manje preko neprofitnih organizacija. Tokom 2019. godine nisu zabeležene akcije za podršku religijskim aktivnostima usmerenim ka neprofitnim organizacijama, što u prethodne dve godine nije bio slučaj. Zaštita životne sredine, nezavisni mediji i socijalno preduzetništvo su definitivno teme za koje je potrebno povećati promociju i vidljivost kako bi i podrška bila jača.

Ključne oblasti delovanja neprofitnih organizacija



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

Procenat broja akcija	Preko 10%	Od 5% do 10%	od 3% do 5%	od 1% do 3%	ispod 1%
Oblast delovanja	----	Sezonska davanja	----	ekonomski razvoj, briga o životinjama, sport, kultura i umetnost	zaštita životne sredine, nasleđe, urgentna pomoć, nezavisni mediji, javna infrastruktura, socijalno preduzetništvo

Poređenje sa podacima iz 2018. godine

U odnosu na prethodnu godinu primećujemo značajno povećanje zastupljenosti zdravstva, koje i tokom 2019. godine ostaje najviše podržano. Razlog za to je što su se darodavci tokom 2019. godine više fokusirali na davanje neprofitnim organizacijama u svrhu lečenja, nego pojedincima i porodicama. Podrška i poverenje darodavaca u nekoliko domaćih organizacija civilnog društva i fondacija koje se bave isključivo podrškom osobama sa zdravstvenim problemima sve više jačaju. Iako je zabeležen pad zastupljenosti podrške marginalizovanim grupama, ova tema i dalje zauzima drugo mesto na listi ključnih tema. Redukovana podrška za ekonomski ugroženo stanovništvo odrazila se i na zabeležen smanjeni procenat akcija za smanjenje siromaštva. S obzirom na to da je podrška za smanjenje siromaštva na generalnom nivou u porastu, valja reći da je to povećanje najvidljivije kod pojedinaca/porodica (za preko 10% zabeleženih akcija). Na kraju, zastupljenost obrazovanja ostala je na istom nivou kao i 2018. godine. Manje zastupljene teme (ispod 10%) slabije su prisutne ove godine, što nije podatak koji ohrabruje.

Oblasti delovanja	Broj akcija usmerenih na četiri ključne oblasti delovanja (u %)		
	2018.	Trend	2019.
Zdravstvo	34,0%	↑	44,7%
Podrška marginalizovanim grupama	28,1%	↓	25,3%
Smanjenje siromaštva	9,8%	↓	6,6%
Obrazovanje	5,6%	~	6,6%

PRIMERI: ZA KOJE OBLASTI DELOVANJA SE DARUJE NEPROFITNIM ORGANIZACIJAMA?

Primer: Prvi klub malog fudbala u Srbiji „KMF Mungosi“ iz Beograda, pored svoje osnovne delatnosti, bavi se i inkluzijom dece sa invaliditetom i smetnjama u razvoju kroz školu malog fudbala. Ova sekcija škole osnovana je 2009. i ima cilj da, kroz ovladavanje osnovnim veštinama i elementima igre futsal, utiče na poboljšanje psihofizičkog stanja dece sa invaliditetom. Klub sarađuje sa drugim relevantnim organizacijama i institucijama, a kao podršku ovom segmentu rada kluba, Eurobank AD Beograd je tokom 2019. godine darovala 45.000 evra.

Primer: Globalna manifestacija pod nazivom „Wings For Life“ održana je tradicionalno 6. put po redu tokom 2019. godine na Adi Ciganliji u Beogradu. Nekoliko hiljada trkača iz Srbije i regiona učestvovalo je u trci. Cilj ove humanitarne trke je pomoć neprofitnoj organizaciji Wings For Life iz Austrije, koja se bavi istraživanjem leka za bolesti i povrede kičmene moždine. Svaki takmičar je kotizacijom od 10 evra doprineo ovom humanom cilju.

Primer: U okviru svoje akcije „Reci NE nasilju nad ženama“, kompanija Avon, dobitnica specijalne VIRTUS nagrade za rodnu ravnopravnost, podržala je 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.

Primer: Proteklu godinu je obeležila kampanja „Ne odričem se“ udruženja „Da se zna!“, koja je sprovedena u saradnji sa kompanijom McCann Beograd, nominovanom za VIRTUS nagradu 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 ličnim oglasima 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, kao i u lokalnim novinama 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 četvrti mogu javiti LGBT+ osobe, ali i njihovi roditelji, da popričaju, zatraže eventualnu pomoć ili porazgovaraju o određenim dilemama, nedoumicama i slično.

KO DAJE: KO SU DARODAVCI NEPROFITNIH ORGANIZACIJA?

Podrška neprofitnom sektoru od strane građana (masovna davanja) nastavlja da raste i ove godine, sa više od polovine ukupnog broja akcija. Drugi najaktivniji darodavac su kompanije, a zatim slede mešoviti darodavci. Kako bismo bolje razumeli ulogu mešovitih darodavaca, važno je napomenuti da je ovako veliki procenat njihovog učešća zapravo uzrokovan nemogućnošću uvida u informacije o pojedinačnim tipovima donatora u kampanjama i na događajima. U ovakvim situacijama uglavnom su u pitanju građani, poslovni sektor i privatne fondacije, s tim što nije bilo moguće utvrditi u kom procentu je svaki od ovih tipova darodavaca pojedinačno učestvovao. Nakon navedenih tipova darodavaca, u procentu manjem od 5%, javljaju se pojedinačni darodavci, potom mala i srednja preduzeća, asocijacije, privatne fondacije i na kraju korporativne fondacije. Religijske organizacije i ogranci/podmlaci političkih partija nemaju u poslednje dve godine zabeležene aktivnosti usmerene ka neprofitnim organizacijama. Malo je dostupnih podataka koji govore o obimu davanja ova dva tipa donatora, a i procenti koji su zabeleženi u ranijim godinama veoma su niski.

Poređenje sa podacima iz 2018. godine

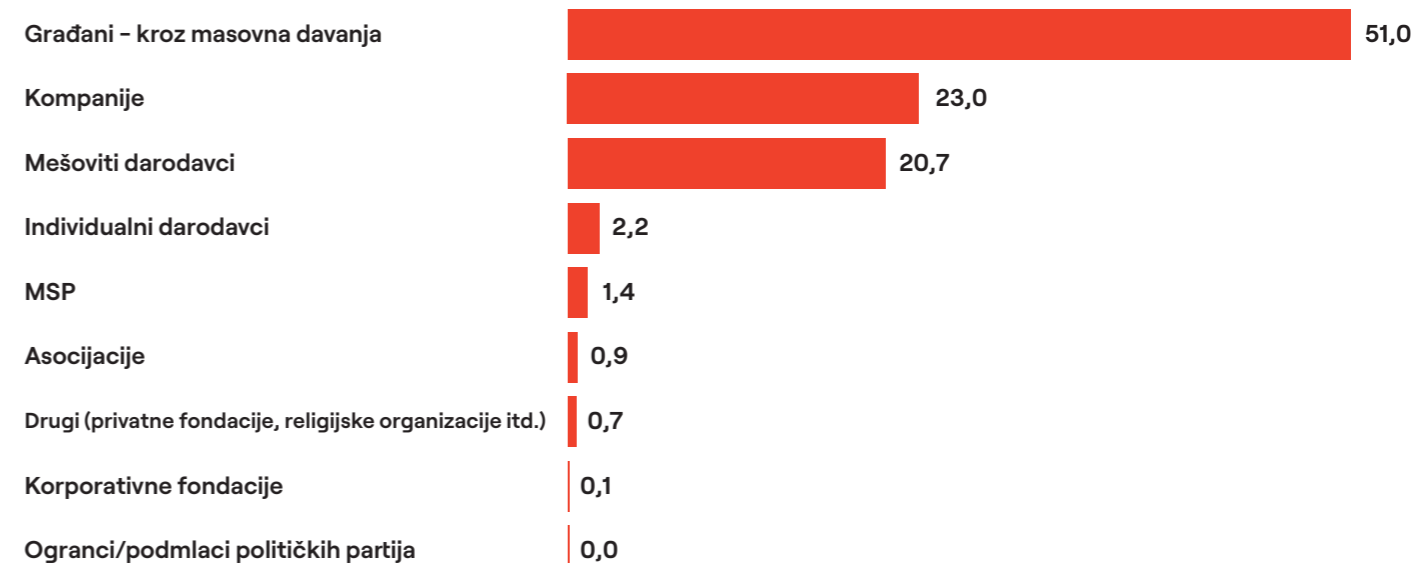
U odnosu na prethodnu godinu zabeležene su blage fluktuacije procenata tipova darodavaca neprofitnih organizacija. Zastupljenost građana i mešovitih darodavaca je u blagom porastu, dok je prisustvo poslovnog sektora neznatno smanjeno. Konkretno, u okviru poslovnog sektora do ovog smanjenja je došlo usled pada zabeleženog procenta učestalosti akcija malih i srednjih preduzeća. Procenat akcija pokrenutih od strane pojedinaca ostao je na istom nivou kao u 2018. godini. Što se tiče redosleda najaktivnijih darodavaca, nije bilo promena u odnosu na prethodnu godinu. Građani su i dalje na prvom mestu, i ovaj trend se uočava od početka praćenja dobročinstva. Rast davanja kroz masovne akcije ove godine je direktna posledica povećanja broja raznih događaja koje su neprofitne organizacije organizovale, a na koje se građani vrlo rado odazivaju.

PRIMERI: ZA KOJE OBLASTI DELOVANJA SE DARUJE NEPROFITNIM ORGANIZACIJAMA?

Primer: Izvanredan primer dolazi od strane učenika odeljenja II/2 Prve obrenovačke osnovne škole. Oni od početka svog školovanja prikupljaju novčana sredstva. Oni prodaju svoje radove i crteže da bi za svoje drugove koji žive skromno prikupili novčana sredstva, ali i pomoć u vidu odeće, obuće, sredstava za higijenu i hrane. Tokom 2019. godine su na vlastitu inicijativu prikupljali sredstva za drugare iz Svratišta u Beogradu. Akciju su otpočeli izradivši plakat, koji su, uz učiteljičinu pomoć, umnožili i postavili po gradu kao svojevrzni apel za podršku i pozivnicu za događaj – posetu mini-muzeju predmeta koji su se nekada koristili u domaćinstvu u Srbiji postavljenom u holu škole. Ulaznica za taj muzej je predstavljala donaciju u vidu odeće, obuće, sredstava za higijenu, hrane, školskog pribora, igračkaka, pa čak i polovnih kućnih aparata. Sve prikupljene predmete donirali su Svratištu. 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 VIRTUS nagradu za individualni doprinos filantropiji u 2019. godini.

Primer: Nacionalni dan davanja je ustanovljen na inicijativu Srpskog filantropskog foruma. Obeležava se 9. oktobra na dan rođenja Mihajla Pupina. Prvi put je obeležen 2018. godine. Cilj Nacionalnog dana davanja je oživljavanje filantropske tradicije, kao i podizanje nivoa svesti o kulturi davanja i skretanje pažnje na određen problem u društvu. Nacionalni dan davanja 2019. godine je bio usmeren ka investiranju u budućnost Srbije kroz unapređenje obrazovanja, odnosno tema je bila „Unapređenje osnovnoškolskog obrazovanja u školama širom Srbije“.

Darodavci i neprofitne organizacije



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

U okviru kampanje „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 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, Fondacije Gimnazije „Veljko Petrović“ iz Sombora, udruženja „Sinhro“ iz Pančeva i Fonda 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.

Primer: Kampanju za izgradnju nove roditeljske kuće Nacionalnog udruženja roditelja dece obolele od raka – NURDOR podržali su mnogi darodavci. Jedna od najznačajnijih donacija u okviru ove kampanje je svakako doprinos kompanije Mastercard, koja je donirala 250.000 evra. Za ovu inicijativu kompanija Mastercard dobila je VIRTUS glavnu nagradu za doprinos filantropiji na nacionalnom nivou u 2019. godini.

Primer: Ivan Mladenović, koji je nominovan za VIRTUS nagradu za individualni doprinos filantropiji u 2019, te 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 nivoa 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.

Darodavci neprofitnih organizacija	Učešće različitih tipova darodavaca u akcijama usmerenim ka neprofitnom sektoru (u %)		
	2018.	Trend	2019.
Građani	49,1%	↑	51,0%
Poslovni sektor	26,4%	↓	24,5%
Mešoviti darodavci	18,4%	↑	20,7%
Pojedinci	3,0%	~	2,2%

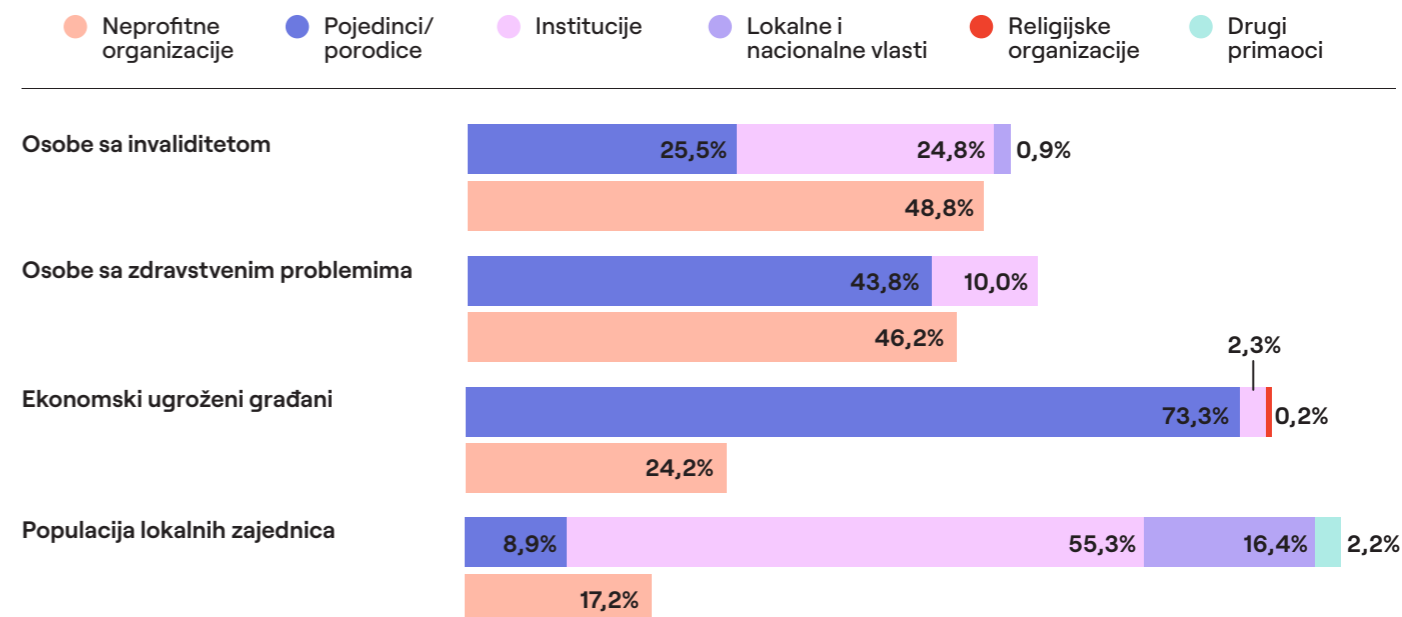
UDEO NEPROFITNIH ORGANIZACIJA U ODGOVORU NA POTREBE KORISNIČKIH GRUPA

Kada posmatramo četiri najzastupljenije korisničke grupe, osobe sa invaliditetom su najčešći korisnici podrške neprofitnim organizacijama, što je bio slučaj i u prethodne dve godine. Na drugom mestu su osobe sa zdravstvenim problemima, zatim ekonomski ugroženi građani i na kraju populacija lokalnih zajednica, koja ima najmanju zastupljenost. Iz grafičkog prikaza vidimo koliko je uloga neprofitnih organizacija važna, jer je skoro polovina podrške za osobe sa invaliditetom usmerena preko neprofitnog sektora, a preko 45% akcija bilo je namenjeno osobama sa zdravstvenim problemima. Razlog za to leži u fleksibilnosti i prilagodljivosti neprofitnih organizacija, koje brže mogu da odgovore na potrebe korisnika i modifikuju svoje aktivnosti i programe prema tim potrebama. Kada uporedimo udeo neprofitnih organizacija i drugih primalaca, i u 2019. godini je potvrđeno da su neki korisnici više zastupljeni kod neprofitnih organizacija, dok su neki korisnici manje primećeni, ali ne i manje važni.

Poređenje sa podacima iz 2018. godine

U odnosu na procenat akcija, zabeleženo je povećanje udela neprofitnih organizacija kod prikupljanja podrške za osobe sa zdravstvenim problemima, osobe sa invaliditetom i populaciju lokalnih zajednica, dok je kod ekonomski ugroženih građana zabeležen pad. Pozicije korisničkih grupa nisu se promenile na rang listi.

U 2019. godini sve akcije koje su usmerene ka osobama kojima je potrebna palijativno zbrinjavanje (čije potrebe zastupa Centar za palijativno zbrinjavanje BELhospice), izbeglicama i raseljenim licima i nezaposlenim osobama dolaze sa strane neprofitnih organizacija. Distribucija po manje zastupljenim korisničkim grupama nešto je neravnomernija nego 2018. godine. Više korisničkih grupa dobilo je procentualno slabiju podršku preko neprofitnih organizacija: deca i mladi u riziku, ljudi iz drugih zemalja, majke i novorođenčad i populacija manjinskih zajednica. Nije zabeležen udeo neprofitnih organizacija u



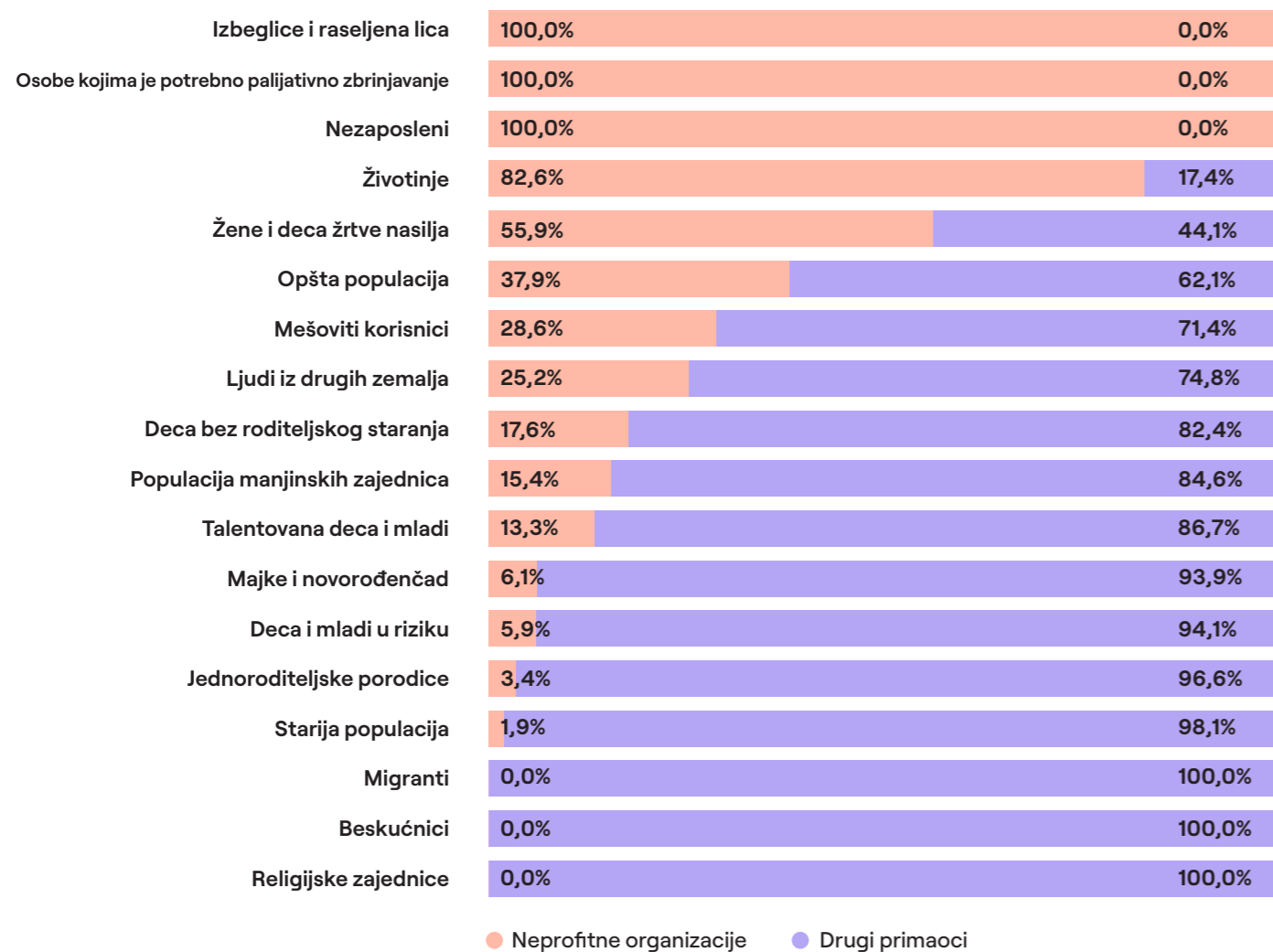
Grafikon br. 4: Udeo neprofitnih organizacija i drugih primalaca u akcijama za ključne korisničke grupe (broj akcija u % u odnosu na ukupan broj akcija za tu korisničku grupu)

ukupnom broju akcija za potrebe migranata i beskućnika, što u prethodnoj godini nije bio slučaj. Mogući uzrok ovome je što se o pitanju migrantske krize slabije izveštava u medijima ili se izveštava negativno. Takođe, u poređenju sa 2018. godinom, zabeležen je veći udeo neprofitnih organizacija u odnosu na ostale primaocce kod akcija za potrebe opšte populacije, žena i dece žrtava nasilja, talentovane dece i mladih i jednoroditeljskih porodica. Značajan pad udela neprofitnih organizacija je zabeležen kod akcija za populaciju manjinskih zajednica. Takođe, ove godine je manji udeo neprofitnih organizacija zabeležen kod kategorija majke i novorođenčadi, dece bez roditeljskog staranja, ljudi iz drugih zemalja i životinja. Kao i u prethodnoj godini, deca u riziku su primila više akcija od drugih primalaca nego od neprofitnih organizacija.

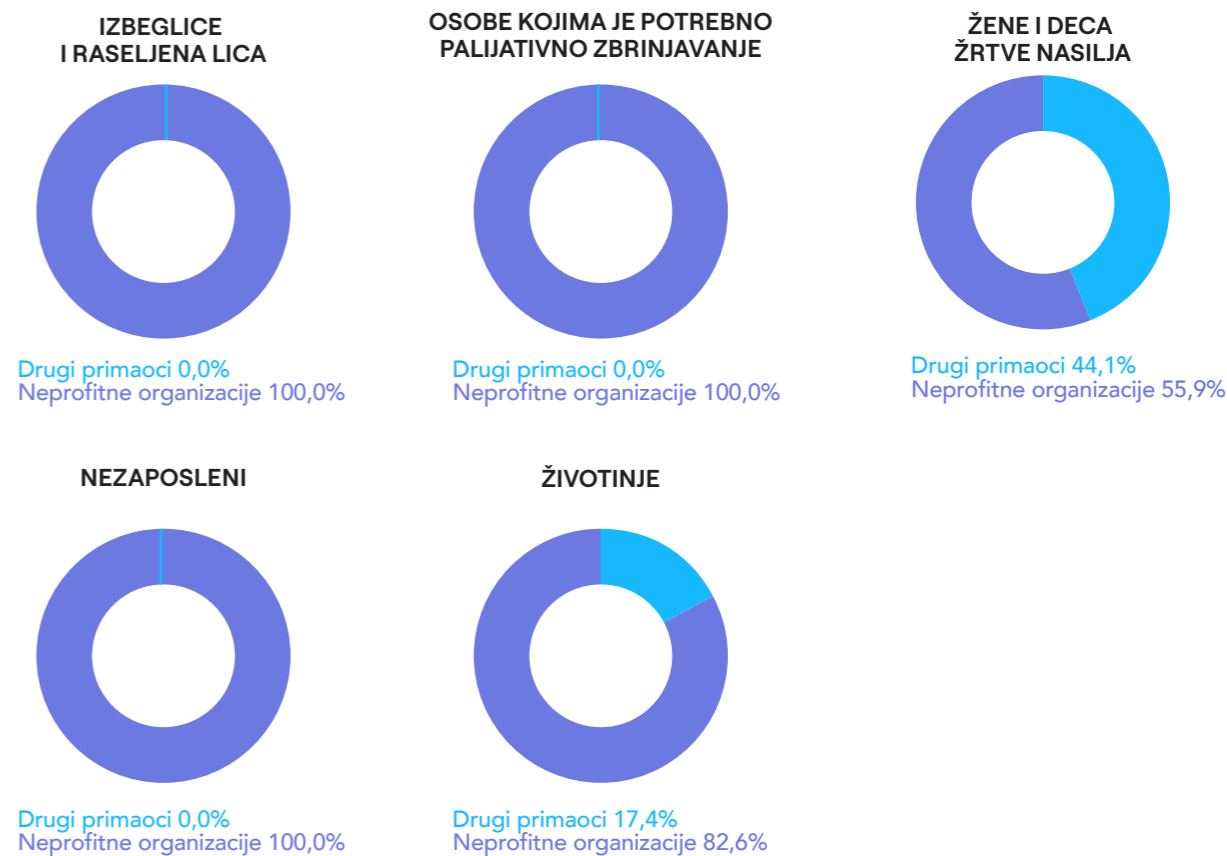
Udeo neprofitnih organizacija i drugih primalaca u akcijama za druge korisničke grupe (broj akcija u % u odnosu na ukupan broj akcija za tu korisničku grupu).

Grupa	2018.	Trend	2019.
Osobe sa invaliditetom	38,5%	↑	48,8%
Osobe sa zdravstvenim problemima	33,7%	↑	46,2%
Ekonomski ugroženi građani/ke	28,4%	↓	24,2%
Populacija lokalnih zajednica	14,6%	↑	17,2%

Udeo neprofitnih organizacija u odgovoru na potrebe drugih korisničkih grupa



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

UDEO NEPROFITNIH ORGANIZACIJA
U ODGOVORU NA POTREBE KORISNIČKIH GRUPA

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

UDEO NEPROFITNIH ORGANIZACIJA U RAZLIČITIM OBLASTIMA DRUŠTVENOG DELOVANJA

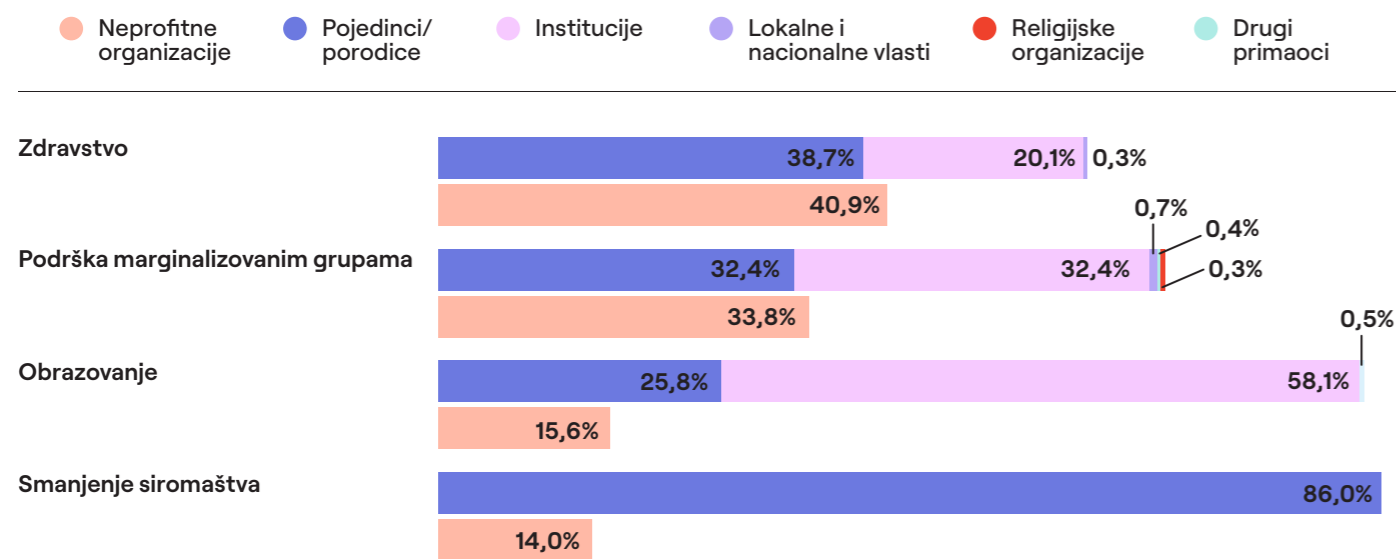
Više od trećine akcija usmerenih na zdravlje realizovano je preko neprofitnih organizacija, što je više nego što je za zdravlje usmereno preko drugih primalaca. Što se tiče podrške marginalizovanim grupama, skoro jednak procenat akcija upućen je ka neprofitnim organizacijama, pojedincima/podicama i institucijama. Ovaj podatak je razumljiv ako se ima u vidu da postoji širok spektar marginalizovanih grupa kojima se bave i institucije i neprofitne organizacije, dok se određena vrsta jednokratne pomoći delimično upućuje i direktno individualnim primaocima, kao što su jednoroditeljske porodice ili starija populacija. Za obrazovanje, primarni primaoci su institucije (škole i fakulteti) te pojedinci za stipendije i školarine. Kod smanjenja siromaštva, gde su najčešći primaoci pojedinci i porodice, neprofitne organizacije imaju manju zastupljenost.

Kao i u prethodnim godinama neprofitne organizacije podržavaju teme u kojima drugi primaoci imaju manji udeo ili ih ne podržavaju efikasno. U 2019. godini nezavisni mediji i nasleđe su oblasti za koje su sve akcije bile usmerene ka neprofitnim organizacijama. Socijalno preduzetništvo je oblast koja je jednako zastupljena kod neprofitnih organizacija i kod drugih primalaca, odnosno nekih već osnovanih socijalnih preduzeća. Briga o životinjama, ekonomski razvoj, kultura i umetnost i sport su oblasti koje su ove godine u većem broju slučajeva zastupljene kod neprofitnih organizacija nego kod drugih primalaca. Neprofitne organizacije nisu imale zabeležene akcije za podršku religijskim aktivnostima i nauci, s obzirom na to da se tim aktivnostima najčešće bave drugi primaoci. Kada je reč o ekonomskom razvoju, kompanije prepoznaju ulogu neprofitnih

organizacija u aktivnom učešću na promociji ove teme. Doobar primer za to je kompanija Telekom Srbija, koja je u okviru projekta „Udružene“ podržala 15 organizacija koje se bave ženskim pitanjima u ukupnom iznosu od preko 25.000 evra. Cilj ovog projekta je bilo osnaživanje žena iz lokalnih zajednica kroz podršku preduzetništvu.

Primer: Kompanija JT International a.d. Senta – Japan Tobacco International donirala je 2.000 evra Socijalnom preduzeću „Ruke“ kao deo projekta „ONAsnaživanje“. Socijalno preduzeće „Ruke“ se bavi izradom i obradom proizvoda od tekstila. Okuplja žene iz socijalno ugroženih kategorija, kao i korisnice Sigurne kuće „Ruke“. Ovaj projekat teži tome da ekonomski osnaži žene i da pomogne ženama u pronalaganju posla kroz razne radionice, programe i obuke. Donirana sredstva su iskorišćena za materijale koji su potrebni za izradu proizvodnog programa preduzeća.

Prikaz najzastupljenijih oblasti delovanja: neprofitne organizacije u odnosu na druge primaocce



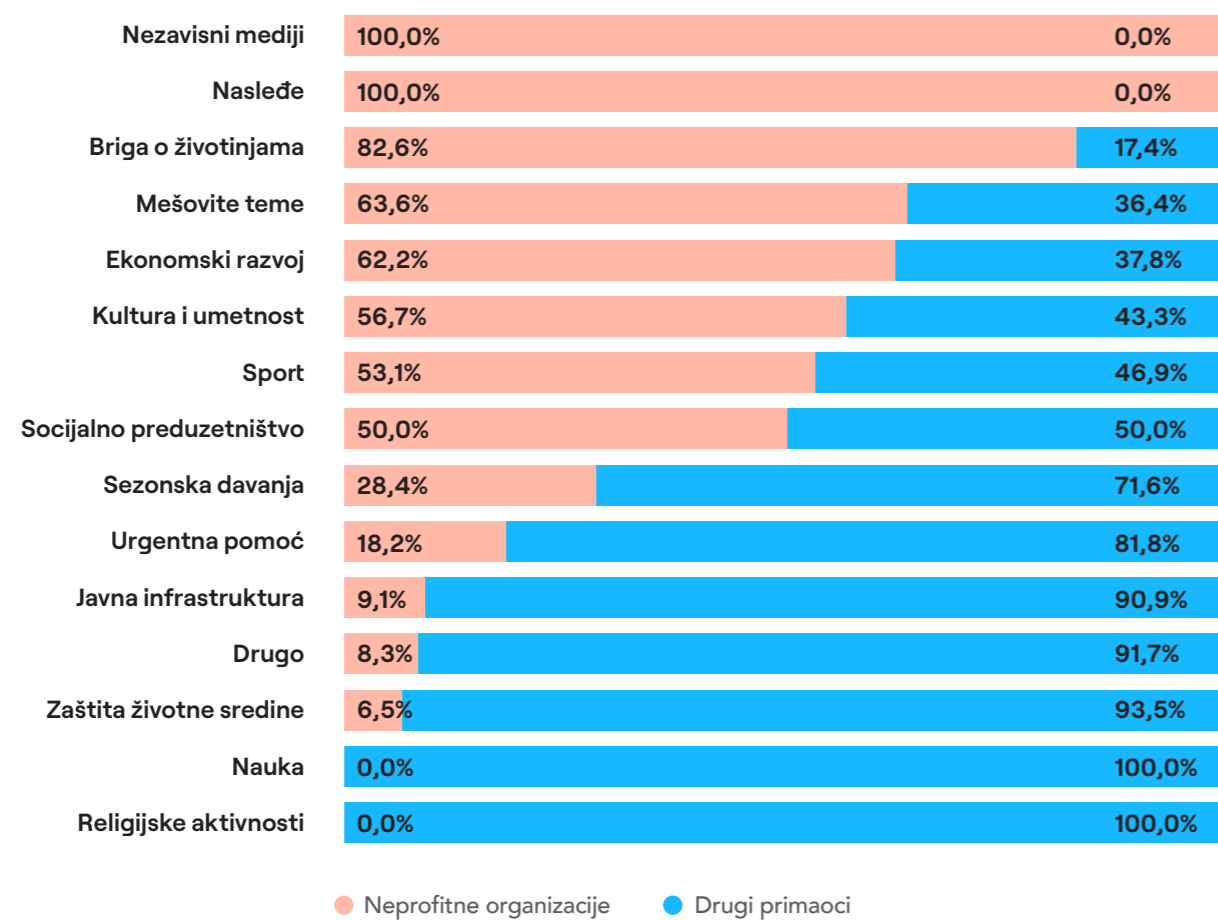
Grafikon br. 7: Udeo neprofitnih organizacija i drugih primalaca u ključnim oblastima delovanja (broj akcija u % u odnosu na ukupan broj akcija za tu oblast delovanja)

Poređenje sa podacima iz 2018. godine

Kada uporedimo podatke iz 2019. sa podacima iz prošle godine, možemo zaključiti da je, u odnosu na druge primaocce, najznačajnija promena povećanje broja akcija usmerenih ka neprofitnim organizacijama za podršku zdravlju, što je nastavak trenda rasta u poslednje dve godine. Takođe, više akcija je bilo usmereno za podršku marginalizovanim grupama i obrazovanju. Sa druge strane, smanjena aktivnost ka neprofitnim organizacijama je zabeležena u akcijama za smanjenje siromaštva.

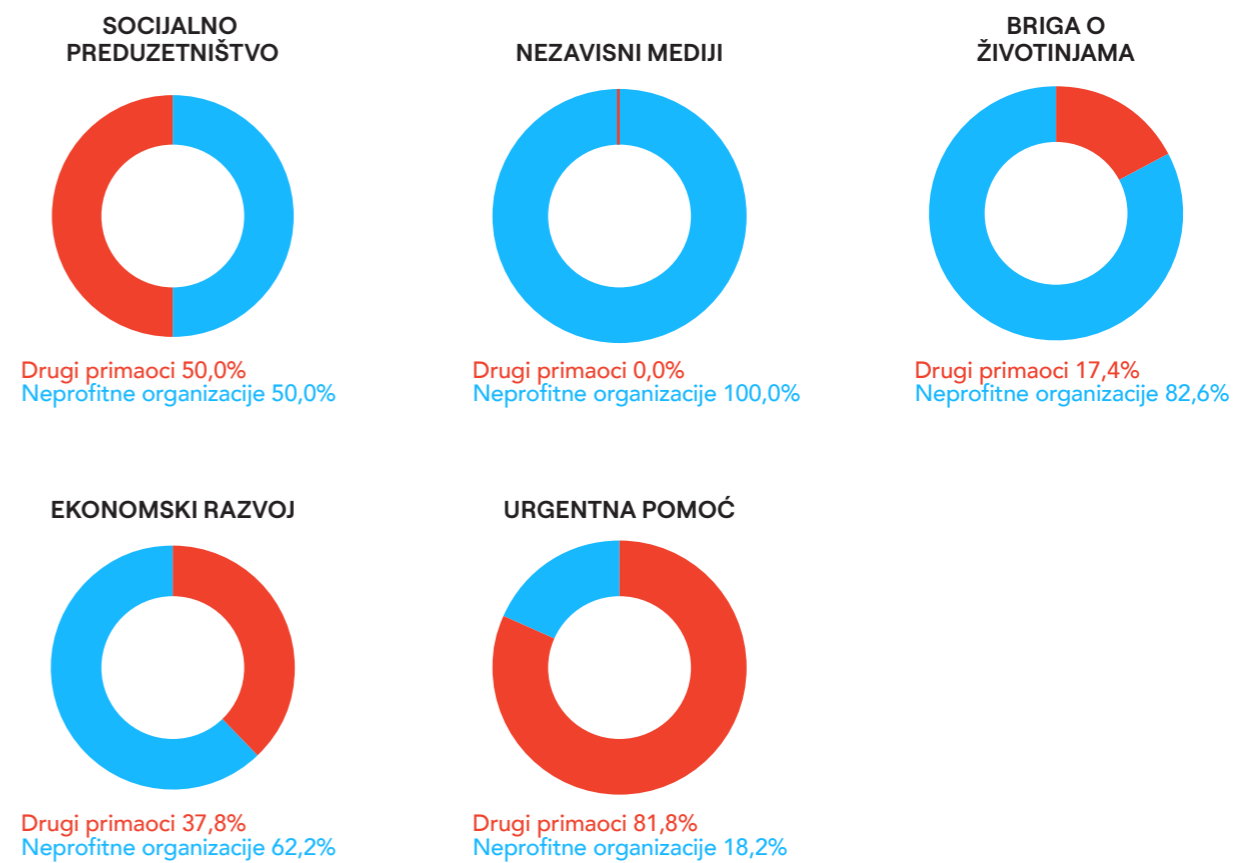
Kada se osvrnemo na manje zastupljene teme, zanimljiv je podatak da su sve akcije za nezavisne medije i kulturno nasleđe bile usmerene ka neprofitnim organizacijama. Takođe, došlo je do rasta zastupljenosti ekonomskog razvoja, sporta, kulture i umetnosti, kao i javne infrastrukture.

Prikaz drugih oblasti delovanja: neprofitne organizacije u odnosu na druge primaoce (broj akcija u % u odnosu na ukupan broj akcija za tu oblast delovanja)



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

UDEO NEPROFITNIH ORGANIZACIJA U RAZLIČITIM OBLASTIMA DRUŠTVENOG DELOVANJA



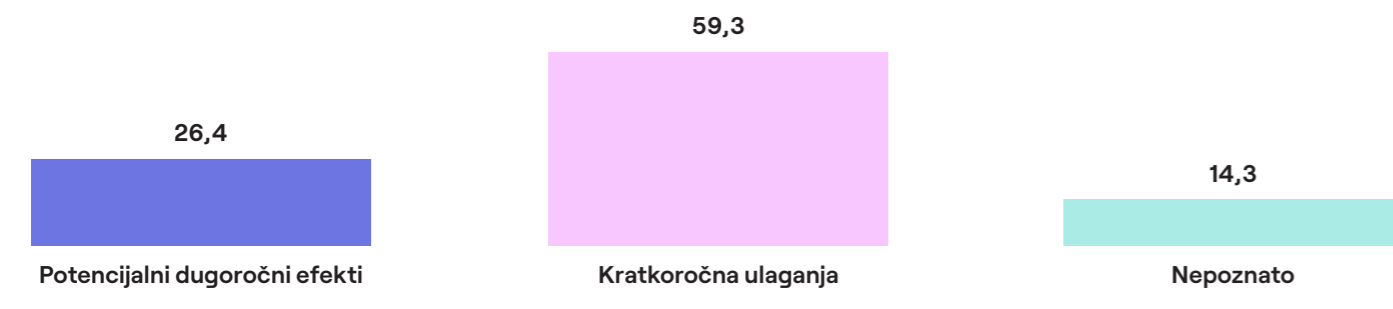
Grafikon br.9: Teme za koje su neprofitne organizacije prepoznate kao ključni nosioci usluga

UPOTREBA DONACIJA: DUGOROČNA I KRATKOROČNA ULAGANJA

Kada pričamo o dugoročnim ulaganjima za neprofitne organizacije, građani su najaktivniji donatori. Građani u najvećoj meri doniraju neprofitnim organizacijama za svrhe nabavke opreme, a zatim za finansiranje socijalnih usluga. Poslovni sektor je drugi po redu najaktivniji donator kada je reč o potencijalnim dugoročnim efektima, i u ovom slučaju najčešća ulaganja su u opremu i socijalne usluge. Nakon poslovnog sektora, aktivni su i mešoviti darodavci, koji najčešće daju donacije u vidu opreme. I kada je reč o jednokratnim ulaganjima, a u odnosu na druge primaocce, građani su takođe najviše zastupljeni u podršci neprofitnim organizacijama.

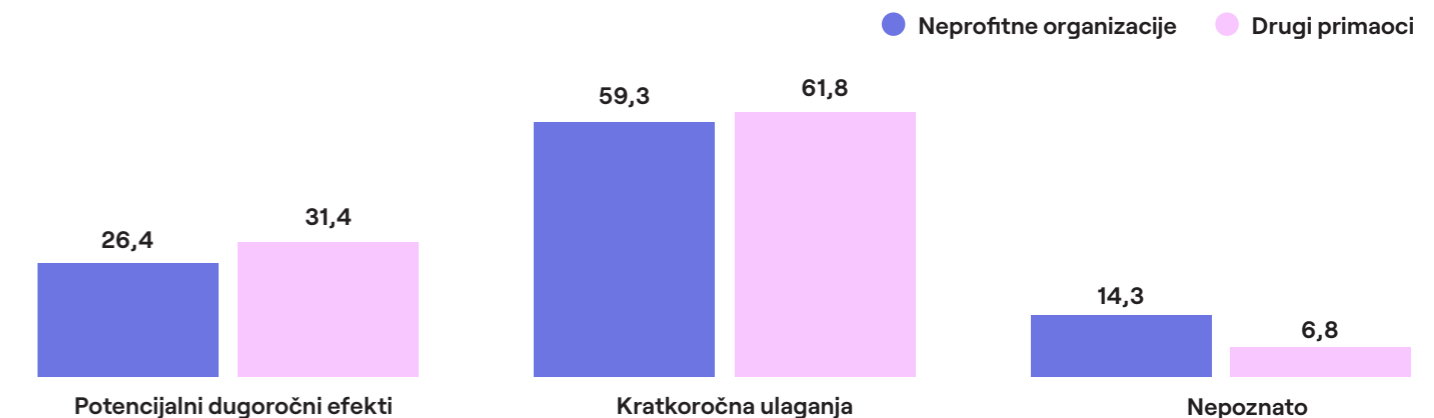
Dugoročnim ulaganjem se postižu trajniji efekti, za razliku od kratkoročnog ulaganja. Na primer, ulaganjem u rekonstrukciju bolnice ili doniranjem neke neophodne opreme omogućava se da se u narednih nekoliko godina pruži pomoć ljudima koji se leče u toj bolnici. Kada darodavac uloži u opremanje određene škole, tim dugoročnim doprinosom se omogućava kvalitetno školovanje i narednim generacijama. Školarine za studente, na primer, omogućavaju ulaganje u budućnost mladih ljudi i izgradnju ljudskih resursa, a samim tim i očekivano poboljšanje u raznim oblastima u budućnosti. Potrebno je staviti fokus na dugoročne donacije jer one vode do dugotrajnih koristi. U 2019. godini dugoročna podrška osobama sa zdravstvenim problemima je u velikoj meri pružana kroz neprofitne organizacije. Kao primer se može navesti kampanja pod nazivom „Humanitarna kafa“, koju su organizovali Udruženje zdravstvenih radnika Nacionalne asocijacije Rasinskog okruga i Onkološko savetovalište „Narcis“. Sav prihod od kupljenih kafa u oko dvadeset kruševačkih ugostiteljskih objekata je namenjen za kupovinu terenskog vozila za obilazak onkoloških pacijenata.

Upotreba donacija – neprofitne organizacije



Grafikon br. 10: Upotreba donacija – celokupna slika (% akcija u odnosu na ukupan broj akcija)

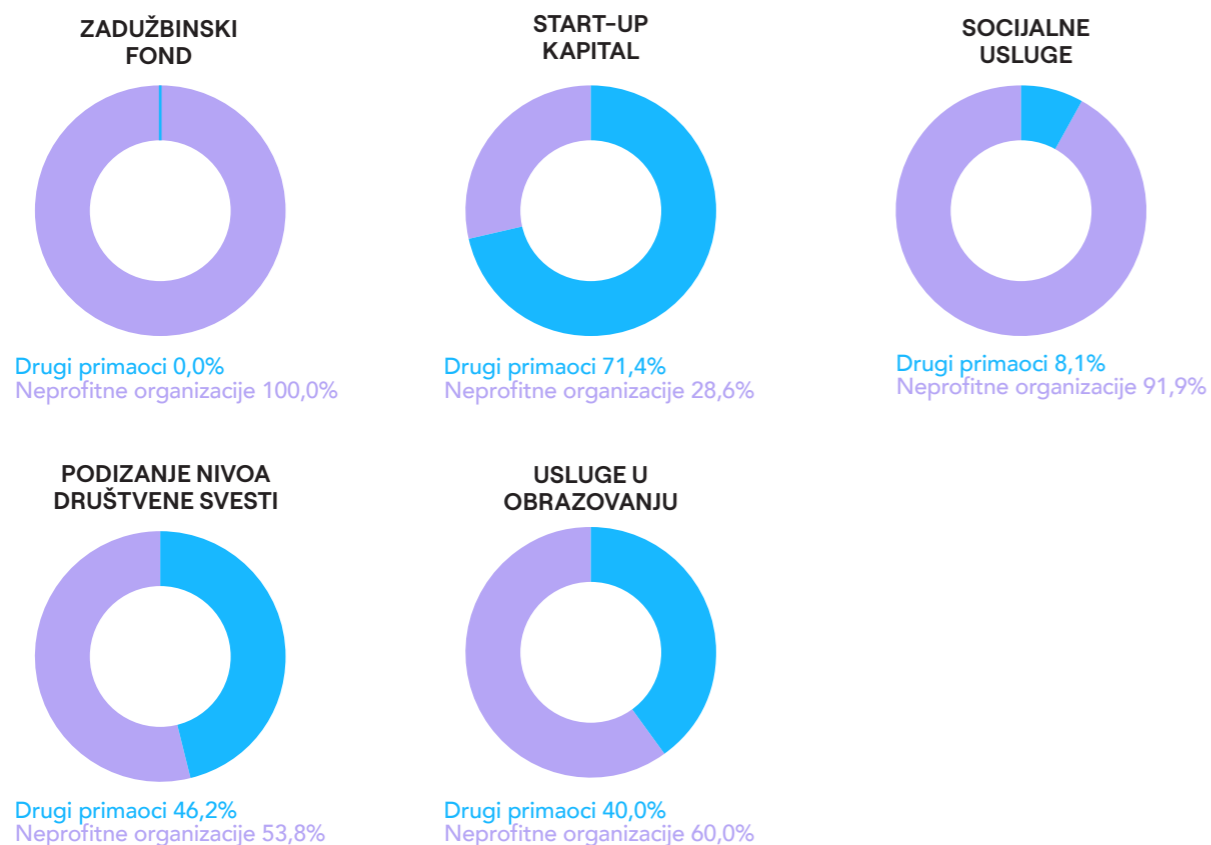
Upotreba donacija – neprofitne organizacije vs. drugi primaoci



Grafikon br. 11: Upotreba donacija – neprofitne organizacije vs. drugi primaoci (% akcija u odnosu na ukupan broj akcija odgovarajućeg tipa primalaca)

Dugoročnim ulaganjem se postižu trajniji efekti, za razliku od kratkoročnog ulaganja. Na primer, ulaganjem u rekonstrukciju bolnice ili doniranjem neke neophodne opreme omogućava se da se u narednih nekoliko godina pruži pomoć ljudima koji se leče u toj bolnici. Kada darodavac uloži u opremanje određene škole, tim dugoročnim doprinosom se omogućava kvalitetno školovanje i narednim generacijama. Školarine za studente, na primer, omogućavaju ulaganje u budućnost mladih ljudi i izgradnju ljudskih resursa, a samim tim i očekivano poboljšanje u raznim oblastima u budućnosti. Potrebno je staviti fokus na dugoročne donacije jer one vode do dugotrajnih koristi. U 2019. godini dugoročna podrška osobama sa zdravstvenim problemima je u velikoj meri pružana kroz neprofitne organizacije. Kao primer se može navesti kampanja pod nazivom „Humanitarna kafa“, koju su organizovali Udruženje zdravstvenih radnika Nacionalne asocijacije Rasinskog okruga i Onkološko savetovalište „Narcis“. Sav prihod od kupljenih kafa u oko dvadeset kruševačkih ugostiteljskih objekata je namenjen za kupovinu terenskog vozila za obilazak onkoloških pacijenata.

UPOTREBA DONACIJA: DUGOROČNA I KRATKOROČNA ULAGANJA



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

Broj dugoročnih ulaganja usmerenih na neprofitni sektor (u %)

	2018.	Trend	2019.
Građani	42,2%	~	42,3%
Poslovni sektor	39,7%	↓	36,6%
Mešoviti darodavci	10,5%	↑	15,4%
Neprofitne organizacije	5,5%	↓	3,6%

Poređenje sa podacima iz 2018. godine

Ove godine povećan je broj akcija u vezi sa jednokratnim davanjima usmerenih ka neprofitnom sektoru, a zabeležen je pad akcija sa dugoročnim efektima. Ova situacija nije povoljna, jer je potrebno fokusirati se na davanja koja stvaraju dugoročne efekte. Razlog za rast jednokratnih davanja je povećan broj akcija za lečenje usmerenih prema neprofitnim organizacijama. Razlog za smanjen broj akcija sa dugoročnim efektima je to što su se darodavci više fokusirali na davanja opreme institucijama.

Građani su i tokom 2019. godine najaktivniji darodavci u dugoročnim ulaganjima usmerenim na neprofitne organizacije, sa istim nivoom kao i prethodne godine. Poslovni sektor je i u 2019. godini zadržao drugo mesto, sa nešto manjim procentom nego u 2018. godini. Kod mešovityh darodavaca je zabeležen rast dugoročnih ulaganja, dok je kod neprofitnih organizacija zabeležen blagi pad.

Iako su pozicije ostale iste, najznačajnija promena je rast dugoročnih ulaganja mešovityh darodavaca. Razlog za ovaj rast su povećan broj kampanja i događaja na kojima su učestvovali različiti tipovi darodavaca u okviru jedne akcije.

Pomoć u vidu opreme je i tokom 2019. godine najzastupljeniji tip dugoročne podrške neprofitnim organizacijama; međutim, i ovaj vid podrške je imao pad u odnosu na prethodnu godinu. S druge strane, u poređenju s prethodnom godinom, zabeležen je rast darivanja u obliku socijalnih usluga i kapitalnih ulaganja.



Trag fondacija

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

Priredile:

Maja Gligorić, Catalyst Balkans
Jelena Bekčić, Catalyst Balkans

Urednica:

Aleksandra Vesić Antić, Catalyst Balkans

Lektura:

Ivana Andrić

Dizajn:

Korak studio

Izrada ovog izveštaja omogućena je uz podršku američkog naroda preko Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID), kao deo „Projekta za unapređenje okvira za davanje”, koji 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.

Sadržaj izveštaja isključiva je odgovornost Trag fondacije, Catalyst Balkans i Fondacije „Ana i Vlade Divac” i ne odražava nužno stavove USAID-a ili Vlade Sjedinjenih Američkih Država.

