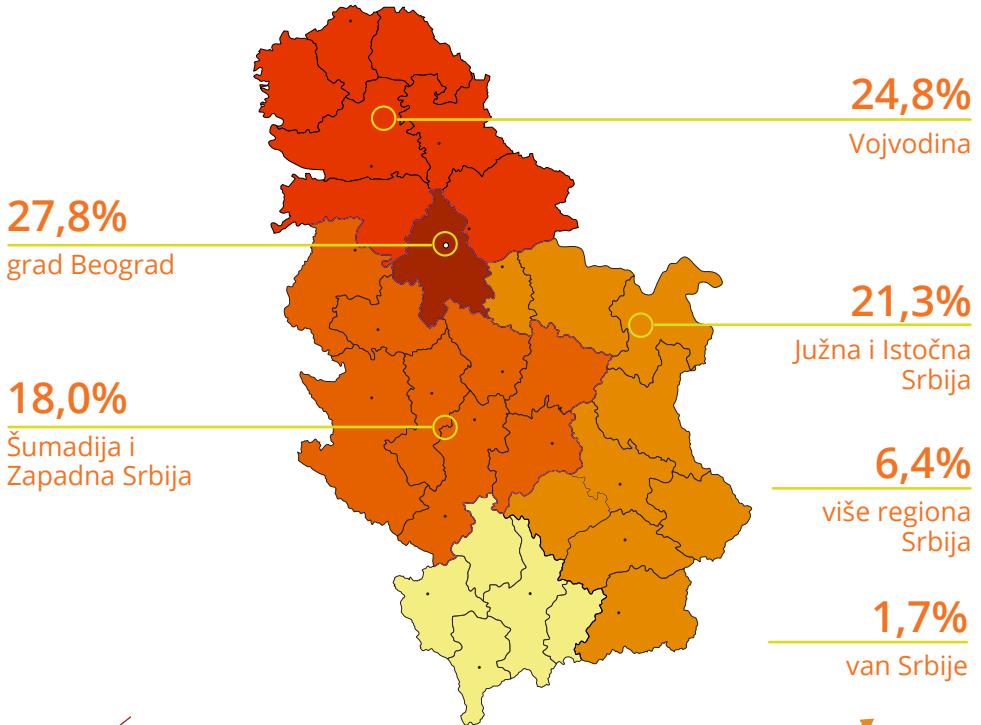


# OPŠTE DOBRO

Filantropija u Srbiji u 2014. godini

Glavni nalazi



**1.849**

broj akcija



**18.329\***  
miliona evra  
ukupna  
procenjena  
vrednost donacija



**2,59 €**

prosečna  
donacija po  
građaninu/ki



**1,8%**

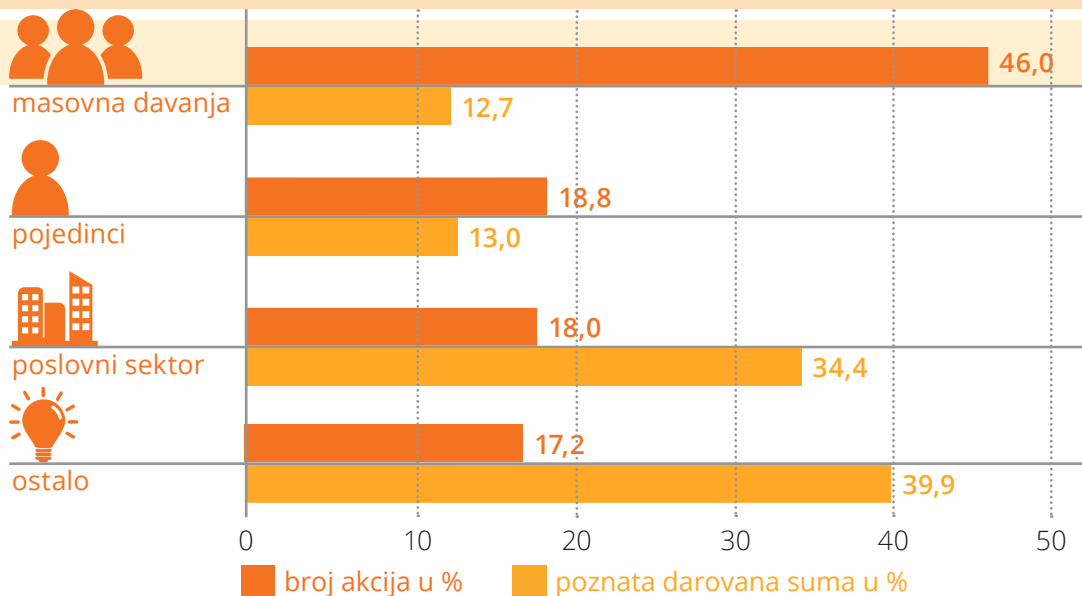
porast u  
odnosu na  
2013. godinu

\* Ne uključuje podatke za davanja za pomoć tokom poplava

Tokom 2014. godine Catalyst je pratio medijske izveštaje o lokalnim individualnim i korporativnim dobrotvornim davanjima kao i davanjima iz dijaspore. Ova brošura prikazuje glavne nalaze istraživanja i analize izveštaja.

## DARODAVCI

TIPOVI DARODAVACA (broj akcija i darovana suma u %)



BROJ ZABELEŽENIH AKCIJA U %	2011.		2013.		2014.	
	●	●	●	●	●	●
Masovna davanja (građani)	17,4%	↗	31,5%	↗	46,0%	
Poslovni sektor	37,1%	↘	19,5%	↘	18,0%	
Pojedinci	15,5%	↘	6,0%	↗	18,8%	

POZNATA DAROVANA SUMA U %	2011.		2013.		2014.	
	●	●	●	●	●	●
Masovna davanja (građani)	N/A	17,7%	↘	12,7%		
Poslovni sektor	N/A	29,0%	↗	34,4%		
Pojedinci	N/A	25,4%	↘	13,0%		



## KLJUČNE TAČKE:

- Količina darovanog novca je zanemarljivo veća u odnosu na 2013. godinu. Međutim, imajući u vidu da su velike sume darovane za sanaciju posledica poplava, razumno je pretpostaviti da bi promena u količini novca bila veća od 1,8% koliko je sada.
- U 2014. godini, najaktivniji darodavci bili su građani, kroz masovna davanja (46,0%), a slede pojedinci (18,8%) i poslovni sektor (kompanije, mala i srednja preduzeća i korporativne fondacije) sa 18,0%.
- Ukoliko posmatramo darovane sume, slika se značajno menja: poslovni sektor izbija na prvo mesto sa učešćem od 34,4% u ukupno poznatoj darovanoj sumi. Slede mešoviti darodavci (kroz kampanje) sa 22,3%, pojedinci sa 13,0%, građani sa 12,7% i privatne fondacije sa 10,9%.
- Kada je reč o dijaspori, iako je procenat akcija visok – 18,5%, zabeležena darovana suma je tek oko 5,3%.
- Promene nam ukazuju da građani tokom godina kontinuirano masovnije učestvuju u davanju, mada sa manjim sumama novca, što je svakako odraz lošije ekonomske situacije. U isto vreme poslovni sektor je manje aktivan, ali daje veće sume novca. Ukoliko se ovakav trend nastavi, ukazaće na ulaganje poslovnog sektora koje je sve više strateško – sa pažljivijim odabirom akcija ali ulaganjem većih suma, koje potencijalno mogu doneti i veće promene.



## POSLOVNI SEKTOR

### PROFILI DARODAVACA



institucije

neprofitne organizacije

TOP 3  
PRIMAoca DONACIJA

46,4%

20,5%

18,7%

pojedinci/  
porodice



podrška  
marginalizovanim  
grupama

obrazovanje

TOP 3  
TEME

24,4%

22,6%

15,1%

zdravstvo



odrasli i deca iz  
lok. zajednica

odrasli i deca sa  
invaliditetom

TOP 3  
CILJNE GRUPE

25,6%

15,1%

12,7%

odrasli i deca sa  
zdravstvenim  
problemima



## PRIMERI DAVANJA POSLOVNOG SEKTORA

Zanimljiv primer davanja koji ukazuje na dugoročnu posvećenost dolazi iz **Imleka** koji je potpisao ugovor o saradnji sa Svratištem za decu ulice. Imlek je tokom cele godine obezbeđivao određenu količinu proizvoda na mesečnom nivou, dajući tako sigurnost organizaciji i deci korisnicima. Ovaj primer svakako potvrđuje pomenuti trend većeg ulaganja u pažljivo odabrane akcije.

Primer jednokratnog ulaganja koji ima dugoročne efekte dolazi iz kompanije **NIS**, koja je pomogla razvoj Internet portala, namenjen osobama sa oštećenim vidom koji sadrži više od 2,500 audio knjiga.

Još jedna zanimljiva akcija dolazi iz kompanije **Grand kafa**. Povodom svetskog dana komšija, Grand kafa je pomogla izgradnju pet prilaznih rampi u isto toliko zgrada u različitim gradovima Srbije. Rampe ne samo da pomažu boljoj pristupačnosti za decu i odrasle sa invaliditetom, već su od pomoći i majkama sa decom i starijim sugrađanima.

Na kraju, iako je 2014. godina u smislu vanrednih urgentnih situacija svakako bila obeležena poplavama, važno je pomenuti i brzu reakciju kompanija na situaciju u kojoj su građani Užica ostali bez vode zbog zagađenja sistema za snabdevanje vodom. Kompanije **Coca Cola, Knjaz Miloš, Voda Voda, Heba, Minaqua, Brzmin** su donacijama vode omogućile da se kriza snabdevanja vodom značajno ublaži.

Koncern **Bambi** je kroz prodaju proizvoda brenda Juhu izdvajao po dinar od svakog prodatog proizvoda. Novac prikupljen na taj način doniran je lokalnim zajednicama širom Srbije za obnovu dečijih igrališta.

U okviru kampanje Ljubav leči, koju je pokrenuo **NURDOR**, Hemato-onkološka dečija bolnica Kliničkog centra Niš dobila je vrednu opremu, donaciju kompanije NIS.



## MASOVNA DAVANJA (GRAĐANI)

### PROFILI DARODAVACA



pojedinci/podroice

neprofitne organizacije

TOP 3  
PRIMAOCA DONACIJA

55,5%

22,0%

17,2%

institucije



zdravstvo

smanjenje siromaštva

TOP 3  
TEME

46,2%

26,0%

14,7%

podrška marginalizovanim grupama



odrasli i deca sa zdravstvenim problemima

odrasli i deca sa invaliditetom

TOP 3  
CILJNE GRUPE

39,6%

15,6%

13,6%

ekonomski ugroženi deca i odrasli

## DUGOROČNA POSVEĆENOST DAVANJU



*Hido Muratović* iz Novog Pazara je već godinama poznat kao darodavac. Gospodin Muratović je tokom godina pomogao veliki broj porodica iz Novog Pazara i okoline darujući novac, robu, pomažući da se izgrade kuće, da se lakše preživi, da deca dobiju knjige ili poklone.

U 2014. godini, oko **20-ak Sandžaklija koji žive u Švajcarskoj** su prikupili novac i Hidu kupili kola, kako bi lakše dolazio do onih kojima je potrebna pomoć.

## DOBRO SE DOBRIM VRAĆA



Slučajan susret **Bujara Nedžepija i Srđana Trajkovića** u redu za dokumenta doneo nam je još jedan zanimljiv primer darovanja. Srđan, inače korisnik invalidskih kolica je pomogao Bujaru u komunikaciji sa lokalnim vlastima. Bujar je u znak zahvalnosti poklonio električna invalidska kolica udruženju paraplegičara iz Vranja.

## MLADI DARODAVCI



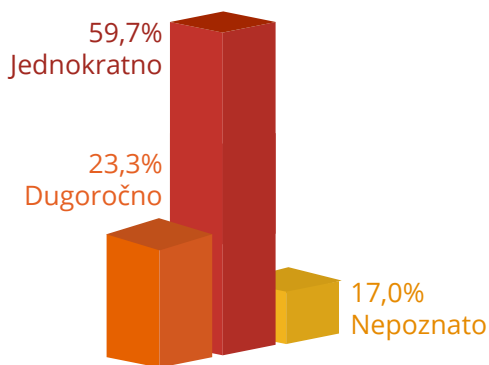
Iako se učenici i studenti najčešće organizuju da pomognu svojim drugovima, bilo za lečenje ili onima koji su teškoj materijalnoj situaciji ima i drugačijih primera.

**Učenici škole Kralj Petar II iz Užica** su, prilikom proslave 130 godina postojanja škole, organizovali prodaju kolača, limunada, cvetnih dekoracija i slika koje su sami pripremili i kreirali. Sav prihod su poklonili školi za nabavku opreme i sredstava za učenje.

**Komora mladih iz Niša** organizovala je košarkaški turnir a prihod poklonila školi Sreten Mladenović Mika za rekonstrukciju škole i nabavku nove opreme.

## UPOTREBA DONACIJA

### UPOTREBA DONACIJA (% akcija)



Podaci o tome kako su upotrebljene donacije u okviru određene omogućavaju dublji uvid u pitanje da li su one jednokratna (humanitarna) pomoć ili su usmerene na dugoročnija rešenja određenih problema.

U skladu sa metodologijom i poznatim podacima, upotrebu donacija delimo na tri kategorije – dugoročna ulaganja, jednokratna davanja i davanja čija je svrha ostala nepoznata. Posmatrana na taj način, ulaganja putem donacija su pokazana na grafikonu.



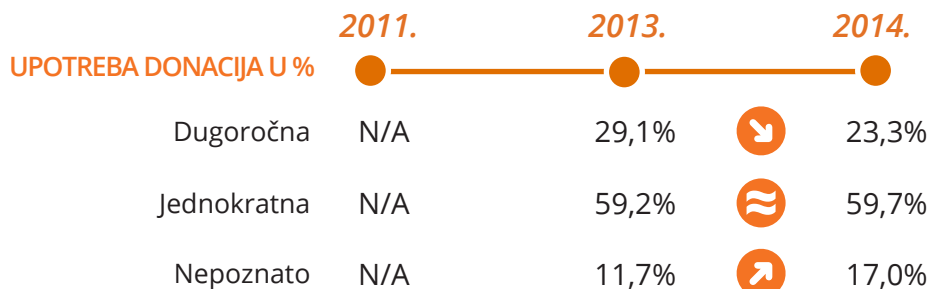
### DUGOROČNA STRATEŠKA ULAGANJA

*Kada se radi o strateškim ulaganjima, u Srbiji su to najčešće ulaganja u opremu i/ili rekonstrukcije objekata.*

*Svakako možemo izdvojiti donaciju kompanije **Microsoft** koja opremom pomogla Istraživačku stanicu Petnica, koja već dugi niz godina obrazovanjem talentovanih učenika i studenata, kao i njihovih nastavnika i profesora, pospešuje razvoj nauke i istraživanja u Srbiji.*

***Fabrika šećera TE-TO** iz Sente darovala je značajna novčana sredstva škola u nekoliko gradova u Vojvodini.*

***Hemofarm fondacija** donirala je opremu Fakultetu medicinskih nauka u Beogradu kako bi pospešila istraživanja na polju lečenja srčanih oboljenja.*





## KLJUČNE OBLASTI

34,8%

ZDRAVSTVO

24,3%

PODRŠKA  
MARGINALIZOVANIM  
GRUPAMA

20,1%

SMANJENJE  
SIROMAŠTVA

6,3%

OBRAZOVANJE

## OSTALE OBLASTI (% broja akcija)

ispod 0,5%

- Razvoj zajednice
- Ekonomski razvoj
- Ekologija
- Javna infrastruktura
- Religijske aktivnosti
- Nauka

od 0,5 - 1%

- Briga o životinjama
- Urgentna pomoć
- Nasleđe

od 1 - 3%

- Kultura i umetnost
- Sport

preko 5%

- Sezonska davanja

BROJ AKCIJA  
USMERENIH NA ČETIRI  
KLJUČNE TEME U%

2011.

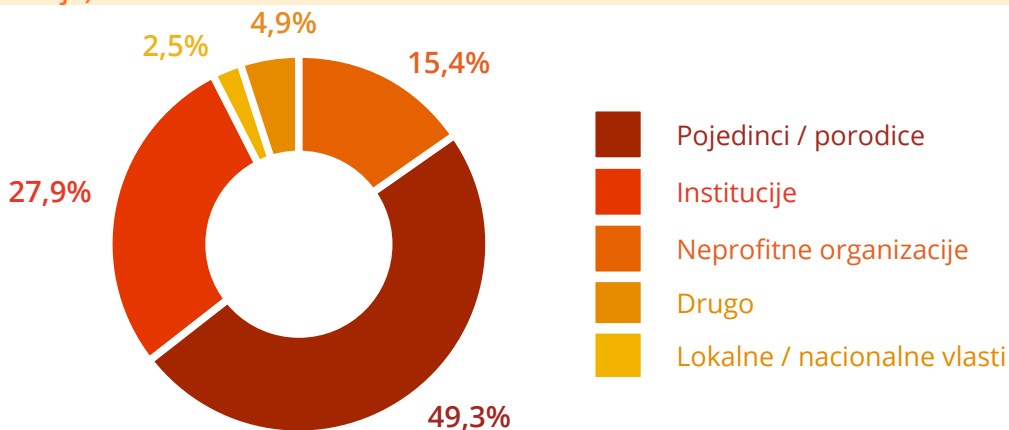
2013.

2014.

Zdravstvo	29,6%	↗	39,5%	↘	34,8%
Podrška marginalizovanim grupama	32,9%	↘	24,3%	=	24,3%
Smanjenje siromaštva	9,9%	↗	20,4%	≈	20,1%
Obrazovanje	12,7%	↘	5,0%	↗	6,3%

## PRIMAOCI DONACIJA

### PRIMAOCI DONACIJA (% akcija)



Država kao primalac uključuje ne samo lokalne i/ili nacionalne vlasti već i institucije. Ukoliko spojimo podatke vezane za ove primaocce, možemo uočiti pad u odnosu na 2013. godinu.

Kada se radi o procentu akcija u kojima je država primalac, beleži se blagi pad od oko 6,1% u odnosu na 2013. godinu. Ukoliko posmatramo procenat darovanog novca u odnosu na poznatu sumu, pad prelazi 22% (od 73,4% u 2013. godini suma je došla na 50,6% u 2014. godini).

### DRŽAVA KAO PRIMALAC

% Zabeleženih akcija: 30,4%

% Darovanog novca  
prema poznatoj  
darovanoj sumi: 50,6%

### BROJ AKCIJA USMEREN NA RAZLIČITE KATEGORIJE PRIMALACA DONACIJA U %

	2011.		2013.		2014.
Pojedinci / porodice	30,5%	↗	43,5%	↗	49,3%
Institucije	33,8%	↘	32,7 %	↘	27,9%
Neprofitne organizacije	10,2%	↗	17,0%	↘	15,4%
Lokalne / nacionalne vlasti	6,6%	↘	3,6%	↘	2,5%

## KRAJNJI KORISNICI

29,1%

SA ZDRAVSTVENIM  
PROBLEMIMA

17,4%

EKONOMSKI  
UGROŽENI

12,9%

SA  
INVALIDITETOM

11,4%

IZ ODREĐENIH  
LOKALNIH  
ZAJEDNICA

## OSTALE GRUPE KRAJNJIH KORISNIKA (% akcija)

od 0,5 - 1%

- Samohrani roditelji
- Žene i deca koji su preživeli nasilje
- Žene žrtve trgovine ljudima

od 1 - 2%

- Starija populacija
- Talentovana deca i mladi
- Žene sa bebama

od 2 - 5%

- Opšta populacija
- Deca i mladi u riziku
- Populacija drugih zemalja

preko 5%

- Deca bez roditeljskog staranja

BROJ AKCIJA USMEREN NA  
RAZLIČITE KORISNIČKE  
GRUPE U %

2011.

2013.

2014.

Sa zdravstvenim problemima	21,1%	↗	30,7%	≈	29,7%
Ekonomski ugroženi	9,9%	↗	20,4%	↘	17,4%
Sa invaliditetom	12,2%	↘	9,8%	↗	12,9%
Iz određenih lokalnih zajednica	15,0%	↘	5,8%	↗	11,4%

Istraživanje sproveo:

°catalyst

Istraživanje podržali:

**B | T | D** The Balkan Trust  
for Democracy  
A PROJECT OF THE GERMAN MARSHALL FUND

**M**  
CHARLES STEWART  
MOTT FOUNDATION

Publikacija *Davanje za opšte dobro u Srbiji 2014.* godine deo je šire inicijative promovisanja i podsticanja filantropije u Srbiji i regionu koje sprovodi fondacija Katalist, a uz velikodušnu podršku C.S.Mott fondacije i Balkanskog fonda za demokratiju (BTD).

*Mišljenja izražena u ovoj publikaciji ne predstavljaju nužno mišljenja i stavove Balkanskog fonda za demokratiju, Nemačkog Maršalovog fonda Sjedinjenih Američkih Država ili njihovih partnera.*

Imajući u vidu da su sume poznate u 35,8% slučajeva, procene o ukupnoj sumi darivanoj u Srbiji napravljene su ekstrapolacijom na osnovu poznatih podataka. Ukoliko želite više informacija, pun izveštaj možete preuzeti na sajtovima:  
[www.catalystbalkans.org](http://www.catalystbalkans.org)

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

PRIREĐILA:  
Aleksandra Vesić

UREDILI:  
Aleksandra Vesić i  
Nathan Koeshall

DIZAJN I GRAFIČKA OBRADA:  
Tatjana Negić Paunović

FONDACIJA KATALIST  
Takovska 38, Beograd  
Srbija

[www.catalystbalkans.org](http://www.catalystbalkans.org)

Beograd, 2016.