



Дарителството в България през 2017 година

Проучване и анализ на
Български дарителски форум

Дарителството¹ в България през 2017 година

Анализ на Български дарителски форум за практики и тенденции в дарителството и корпоративната социална отговорност

СЪДЪРЖАНИЕ

ОБЩА КАРТИНА НА ДАРИТЕЛСТВОТО В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ 2017.....	2
КОЛКО СА ДАРЕНИТЕ СРЕДСТВА?	2
КОИ СА ДАРИТЕЛИТЕ?.....	2
КАКВА Е СРЕДАТА ЗА РАЗВИТИЕ НА ДАРИТЕЛСТВОТО?	7
ЕКСПЕРТЕН КОМЕНТАР	9
ПОДРОБНО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ДАННИТЕ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО НА ДАРИТЕЛСКИ ПРАКТИКИ И НАГЛАСИ КЪМ ДАРИТЕЛСТВОТО В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ 2017 Г.	12
1. ФОНДАЦИИ.....	12
2. КОМПАНИИ.....	15
3. ФИЗИЧЕСКИ ЛИЦА.....	19
4. ЕДНОЛИЧНИ ТЪРГОВЦИ.....	26
ТЕМАТА ЗА ДАРИТЕЛСТВОТО В МЕДИИТЕ ПРЕЗ 2017 Г.....	28

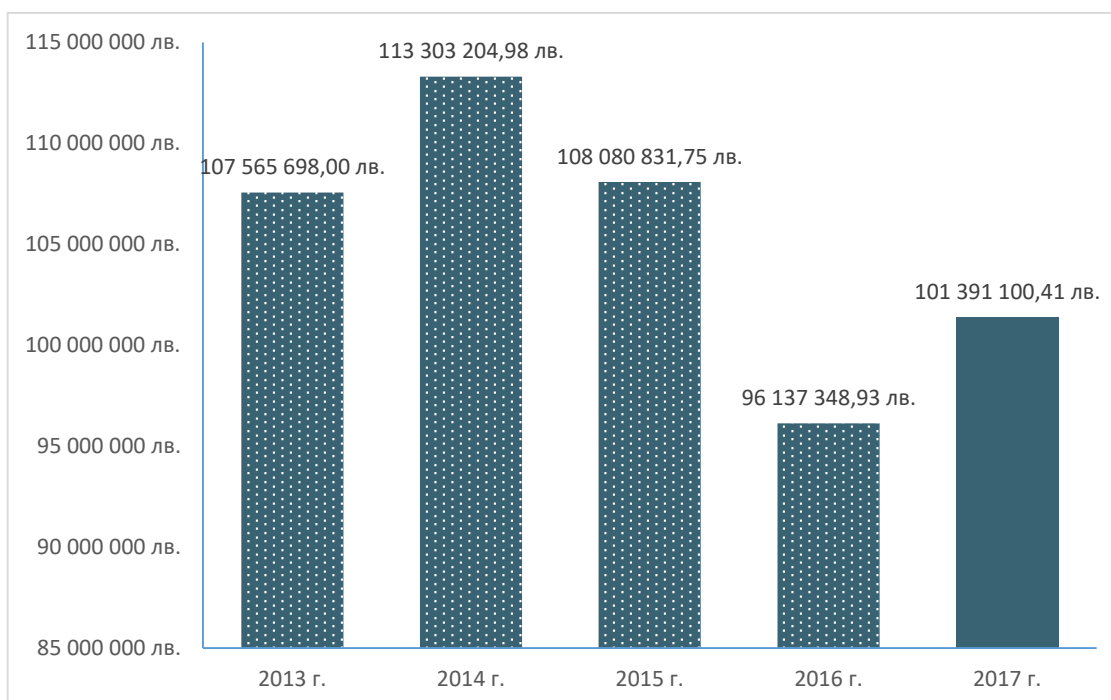
¹ Анализът се основава на база данни от Националната агенция за приходите за декларираните дарения от компании, еднолични търговци и физически лица, преглед на отчети в Търговския регистър и регистъра на юридическите лица с нестопанска цел, преглед на отчети на международни донорски организации, социологическо проучване, проведено от агенция „Алфа Ризърч“ през месец март 2018 г., както и разширени въпросници до компании и фондации сред общността на дарителите в България; справка от трите мобилни оператора за дарителски обаждания и sms. В документа е представен медиен анализ на тема „Дарителството в медиите 2017“, изготвен от Intelday Solutions по поръчка на БДФ. Анализът представя и коментари на експерти с икономически, социологически и по-широк обществен акцент. Документът е изготвен с подкрепата на фондация „Америка за България“ и фондация „Чарлз Стюърт Мот“.

ОБЩА КАРТИНА НА ДАРИТЕЛСТВОТО В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ 2017

КОЛКО СА ДАРЕНИТЕ СРЕДСТВА?

Общата дарена сума от фондации, компании, еднолични търговци и физически лица през 2017 г., е **101 391 100 лева**. Спрямо 2016 г. се отчита лек ръст с около 5% (почти 5,3 млн. лева повече).

Фиг. 1: Общ обем на даренията в лева за период от последните 5 години



КОИ СА ДАРИТЕЛИТЕ?

Общността на частните дарители включва следните основни групи: фондации (международни и български), компании, които влагат средства в общественополезни инициативи в България, еднолични търговци (ЕТ) и индивидуални дарители (физически лица).

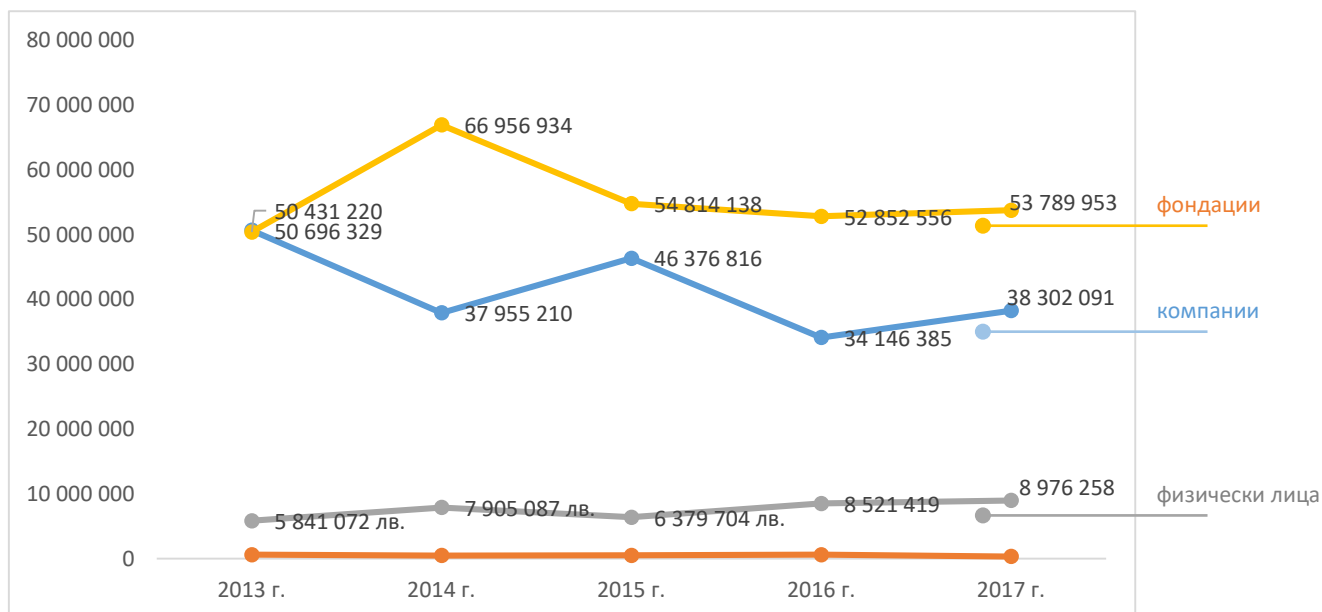
И през 2017 г., в продължение на тенденцията от предходните три години, най-голям дарител на финансови средства са фондациите, следвани от компаниите. Даренията от индивидуални дарители се нареждат на трето място.

За периода от последните 5 години (2013 - 2017) се наблюдават следните основни тенденции:

- **Сравнително запазване на средствата, дарени от фондации**, с изключение на ясно изразения пик на увеличение през 2014 г., когато има 22% ръст спрямо средния годишен обем дарения за периода (55,8 млн. лева);

- **Ръст от 12% при дарителските инвестиции от компании спрямо 2016 г.** Погледнато за 5 годишен период обаче се отчита тенденция на спад.
- **Плавно увеличение на дарените средства от индивидуалните дарители,** които през 2013 г. са формирали едва 5% от общите дарения, докато през 2017 г. делът им е 9%.

Фиг. 2: Дарени средства в лева по източници за последните 5 години



Фондациите:

- **Обем дарения: 53 789 953 лева**
- **Приоритетни сфери на дарителство:** Над половината от фондациите (55%) подкрепят активно каузите „образование и наука“ и „детско и младежко развитие“. Висок е делът и на инвестициите от фондации за постигане на промяна чрез общностно развитие (41%). С по-ниска честота е подкрепата към сферата „култура и изкуство“ (31%).

- **Тенденции**

За четвърта поредна година фондациите са най-големите дарители в страната по общ обем дарени средства. Инвестираните от тях почти 54 млн. лева формират 53% от общия обем дарения през годината. Спрямо 2016 г. не се наблюдават съществени промени по отношение на механизмите и сферите за подкрепа.

Големите обеми инвестиции в страната идват предимно по линия на програмите на международните фондации, които оперират в България. Част от тях следват

своите дългосрочни стратегически планове, като отчитат темповете за развитие в обществено-икономическия живот в страната. Някои от фондациите, които традиционно работят в централна и източна Европа, започват да намаляват или прекратяват финансирането на проекти в България поради различни причини – (промяна на приоритети, 10 годишен период след влизането на страната в ЕС и др.). Други фондации отчитат належащи нужди от засилване на подкрепата им в страни, където демокрацията бива сериозно застрашена. Това води до решения за пренасочване на фондове и конкретно средства за засилване ролята на гражданските организации и постигане на по-бързи резултати в полза на хората и частния сектор именно в тези страни.

Фондациите са водещи сред институционалните дарители, но дефицитите са тези, които все още предопределят целите на техните дарителски инвестиции.

Въпреки лекия спад в инвестициите през последната година, фондациите остават с водеща роля за постигането на положителна промяна в обществото и развиването на организационния и административен капацитет на местните граждански организации. В контекста на силно изразен политически популизъм и замъглено от наличието на фалшиви новини публично пространство, гражданският сектор изпитва все по-необходима нужда от подкрепа за каузите, зад които стои, и ресурси за отстояване на своята роля и популяризиране на конкретните резултати, които постига. Най-голям дарител в страната остава фондация „Америка за България“.

Компаниите:

- **Обем дарения: 38 302 091 лева.** Спрямо предходната 2016 г. се отчита 12% увеличение в обема дарени средства от компаниите при почти запазен брой компании, които са декларирали дарения през годината.
- **Сфери на дарителство:** Компаниите приоритетно подкрепят каузите „образование и наука“ и „детско и младежко развитие“ (68% от изследваните са посочили, че предоставят дарения в подкрепа на тези каузи). На следващо място се нареждат инвестициите в подкрепа на културата и изкуството (59%) и социалната сфера (45%).

- **Тенденции**

За по-малките обеми дарени средства, регистрирани в предходната 2016 година от страна на компаниите, най-често посочваната причина бе стремежът за икономическо и финансово стабилизиране. Изминалата 2017 г. се характеризира с ускоряващо се икономическо възстановяване в страната и еврозоната, а в края на годината процентът на компаниите, които очакват още по-високи приходи през 2018 г., е изключително висок (близо 85% по данни на Deloitte).

Оптимистичните бизнес очаквания синхронизират и покачването и на обемите вложени средства в общественополезни каузи.

Компаниите продължават да подкрепят сферите образование и детско и младежко развитие, като разчитат на доказани във времето партньорства в случаите, когато реализират дарителски програми съвместно с НПО. Силно предпочитани са и каузите, свързани с опазване на околната среда, в подкрепата на които служителите откликват и се ангажират. Компаниите продължават да имат традиционно слаб интерес към сферата на човешките права и демокрация. Именно затова е важно да се отбележи, че през 2017 г. AVON видимо и категорично заявиха своята подкрепа като компания в подкрепа на приемането на Конвенцията на Съвета на Европа за превенция и борба с насилието над жени и домашното насилие, независимо от поляризирания обществен дебат.

Сред най-предпочитаните механизми за предоставяне на подкрепа от страна на компаниите са: директни дарения за реализиране на конкретни проекти, спонсорство, маркетинг, свързан с кауза, нефинансови дарения и доброволен труд на служителите.

Физическите лица:

- **Обем дарения: 8 976 258 лева**
- **Сфери на дарителство:** здраве (59 %), социална подкрепа (38 %), при бедствия и аварии (38 %)

- **Тенденции**

През 2017 г. се регистрира леко увеличение на хората, които заявяват, че са дарявали (от 42% на 45%), който кореспондира и с по-големия обем дарени средства през последните 5 години. Хората даряват основно пари и предимно инцидентно (а не като редовна регулярна активност). Здравни, социални каузи, както и случаи на бедствия и аварии остават водещи като каузи за подкрепа с дарения. Същевременно, през същия период е налице и малък ръст (около 2 %) в дела на българските граждани, които са правили дарения за екологични каузи (спасяване на животни, опазване на природата), култура и изкуство (0,7 %).

Една четвърт от хората (25%) са посочили, че основният мотив за даряване е желанието и възможността да помагат макар и с малки суми. Почти толкова са посочили като силна мотивация и личното им отношение към конкретен проблем (24,3%). По-малко от 1 % от индивидуалните дарители са отговорили, че даряват водени от възможността за данъчни облекчения.

През последната година се очертава лек ръст в даряваните суми – от дребни (между 1 и 5 лв.) към средно големи (50 – 100 лв.). Най-масови остават случаите на средни по размер дарения между 6 и 50 лв. годишно.

SMS и даренията в кутия остават най-масово използваните от хората начини за подпомагане на нуждаещи се. В сравнение с година по-рано обаче, делът на хората, дарили с SMS дарения намалява с почти 15%, а в същото време се увеличава делът на положения доброволен труд и дарения, направени онлайн.

Дарителските практики сред индивидуалните дарители силно се повлияват от степента на медийно отразяване на нужди и потребности.

Едноличните търговци:

- **Обем дарения: 323 404 лева**
- **Сфери на дарителство:** граждански организации, здравна и социална подкрепа

- **Тенденции**

По данни на НАП през 2017 г. се наблюдава сериозен спад спрямо 2016 г. с 48% в обема дарени средства, декларирани от едноличните търговци, при почти равен брой търговци през двете години. Запазва се тенденцията те да подкрепят НПО, здравни и лечебни заведения и други специализирани институции.

КАКВА Е СРЕДАТА ЗА РАЗВИТИЕ НА ДАРИТЕЛСТВОТО?

Законодателната рамка в страната, имаща пряко отношение към развитие на дарителството за последната година, няма определящо влияние по отношение на решенията дали да бъде направен дарителски акт.

Политическата обстановка не се приема като напълно стабилна. Отчитат се и случаи, които разколебават доверието към законотворците. Това от своя страна допълнително ограничава и корпоративните инвестиции в обществото, защото компаниите търсят стабилна икономическа и политическа среда, когато взимат решения за инвестициите си. Подкрепата за развитие на дарителството чрез подобряване на средата за дарителите е привидна. Заявените намерения са оптимистични, но изпълнението и резултатите изискват непрекъснат мониторинг, защото част от политиките на практика създават допълнителни пречки пред дарителите и техните партньори.

Конкретен пример е промяната в ЗДДС, която влезе в сила от 1 януари 2017 г. и имаше за задача да предостави възможност за данъчни облекчения за компаниите, които даряват храни в полза на нуждаещи се хора посредством механизма „хранителна банка“. Законодателните промени станаха факт след дългогодишно застъпничество и различни подходи, инициирани от Българската хранителна банка (БХБ) и подкрепени от широк кръг съмишленици и партньори. Година по-късно от влезлите в сила промени на практика се оказва, че дарителите на храни (производители, преработватели и търговци), трябва да понесат допълнителни разходи на време и финансови ресурси, за да отговорят на новата регулаторна рамка с цел ползване на данъчни облекчения. В резултат, както сочат докладите на БХБ обемите дарени храни са намалели с близо 30% спрямо предходната година.

Друг пример може да бъдат посочен и по отношение на регламентирането на доброволчеството – за поредна година бе наново стартиран процесът по обсъждане и разработване на текстове относно даряването на труд и време. Имаше опит за промени в Закона за младежта, които не срещнаха обществена подкрепа от мнозинството граждански организации, а в самия край на годината парламентарните групи обсъждаха Проектозакон за доброволчеството. Целият този процес по разработване и обсъждане на основната рамка, регламентираща доброволчеството, продължава с години. Основната причина е в неработещия подход на законотворчество, който до момента се характеризира с „работа на парче“ и системно отхвърляне на експертни становища и предложения в рамките на обществените обсъждания.

През годината станахме свидетели и на предприети мерки от Министерството на образованието, които в отговор на конкретен казус, застрашиха в цялост реализирането на партньорски проекти и инициативи между училища, граждански организации и дарители. Благодарение на проактивната роля на гражданските мрежи и организации,

и в крайна сметка проведения диалог, не се стигна до затваряне на достъпа до реализиране на съвместни проекти с училищата и те продължиха да работят с външни партньори.

Актуално звучене все още има и необходимостта от промяна на ставките за данъчните облекчения за дарителите за различни каузи (сега облекченията са различни по Закона за корпоративно подоходно облагане, по Закона за меценатството и при дарения за Център „Фонд за лечение на деца“ и Център за асистирана репродукция). За поредна година Анализът на дарителските практики и тенденции на БДФ посочва, че не възможността за данъчни облекчения при индивидуалните или корпоративните дарители е водеща в избора им да даряват средства. Напротив, по-малко от 1% са физическите лица и компаниите, които при подаване на годишните си данъчни декларации са декларирали дарения, с които да си намалят данъчните задължения за изтеклата година. Различните ставки не повлияват и в избора на каузи, за които хората и компаниите даряват.

Оптимистичното в цялостната картина е повишеният ръст на подкрепа от индивидуалните дарители. Постепенно нараства процентът на хората, които избират да даряват за една или друга кауза, когато разбират значимостта ѝ и се чувстват емоционално обвързани с нея.

ЕКСПЕРТЕН КОМЕНТАР

Лъчезар Богданов

Икономист, Индъстри Уоч

Динамиката на дарителството трябва да се разглежда в контекста на тенденциите в социално-икономическото състояние в страната. Разглежданият период (2013-2017 г.) най-общо се характеризира с процес на трайно преодоляване на последиците от глобалната икономическа криза. Реалният растеж се ускори от около 1% на годишна основа през 2013 и 2014 г. до над 3.5% за 2015-2017 г. След достигане на най-ниска стойност през 2012 г., пазарът на труда се активизира и създаде над 210 хил. допълнителни работни места до 2017 г., като вследствие на дългосрочни демографски тенденции коефициентът на заетост достигна рекордни стойности, а безработицата спадна двойно до нива от най-добрите периоди през 2008 г. Оживлението се пренесе и в бърз темп на нарастване на възнагражденията, като за петте години натрупаното увеличение е 45%, като за последните 2 години е средно около 10% годишно.

Отчитайки развитията в икономиката, общият размер на дарените средства отчита трайно намаление в относително изражение – от 0.13% от БВП до 0.1% от БВП – а в абсолютно изражение – спад от 7% от над 107 до 100 млн. лева. За същия период, общите бюджетни разходи за образование нарастват с 14.2%, за здравеопазване – с 23%, и за социално осигуряване и грижи (вкл. – пенсии) – с 13.8%. Доколкото даренията от фондации са относително постоянни за периода, при даренията от стопански субекти се наблюдава тенденция за спад (размерът през 2017 г. е с 24% по-нисък от този през 2013 г.), докато дарените средства от физически лица нарастват с 55%, макар и от изключително ниска стартова база.

За 2017 г. фирмите даряват с 12% повече в сравнение с предходната година, но тази промяна не може да компенсира значителното свиване през 2016 г. от 18%, както и общия тренд за абсолютно и относително намаление на финансиранята. Общите макроикономически данни показват бърз растеж през последните 3 години; още повече, най-големите 100 компании отчитат ръст на приходите от 14% и на печалбата от 35% за 2017 г. спрямо 2016 г.

Няколко обяснения за тенденцията са възможни. Икономическото възстановяване и увеличаването на финансирането на определени дейности с бюджетни средства може да действа „отблъскващо“ на мотивацията за корпоративно дарителство. Ефектът може би се засилва от активизирането на проектното финансиране със средства от фондовете на ЕС през последните години, което създава усещане, че все повече каузи и потребности намират достъп до ресурс. Показателно е, че за последните 4 години броят на фирмите-дарители е постоянен (но сумите се променят) – макар посоченият дял от 0.8% от регистрираните платци на корпоративен данък да е подвеждащ.

Ако разглеждаме само предприятията с 10 и повече заети (които реализират 77% от приходите общо за икономиката), то делът на дарилите е 9.8%, т.е. 1 от 10 не-микро предприятия е дарило средства.

Сферите, в които компаниите насочват средства, претърпяват видимо изменение през последната година – видимо е префокусирането към дейности за деца и в образованието, за сметка на социални услуги, околна среда, спорт и развитие на дарителството. При физическите лица има доминиране на здравните и социалните каузи и помощ след бедствия, макар делът им да спада. Образованието на практика отсъства от мотивацията. Вероятно това отразява и подхода на търсене на средства – организациите, които работят за подобряване на достъп и качество на образованието и опазването на околната среда например не търсят активно подкрепа с кампании директно сред граждани, за разлика от каузи за подкрепа на конкретни нуждаещите се лица със заболяване или в тежки материални лишения. При корпоративните дарители промяната в приоритетите също може да е повлияно от медийната среда и обществено-политическите дебати – съвсем видимо, образованието се превърна във водеща тема, докато подобряването на икономическите условия, включително чрез рязко свиване на безработицата и ръст на доходите вероятно намалява усещането за недофинансирани потребности в социалната сфера, спорта, околната среда. Вероятно може да се приеме, че решенията на компаниите също се влияят от „модата“ на актуалните обществени настроения.

На последно място, привидното противоречие между тенденцията на спадащ (или поне стагниращ) обем корпоративни дарения при икономическото оживление, може да се обясни и при по-задълбочен разрез на типологията и мотивацията на различните дарители. Не е тайна, че за голяма част от компаниите, дарителството е част от общата политика за изграждане на корпоративен образ. В този смисъл, колкото по-важен е положителният образ за функционирането и развитието на една компания, толкова по-силна е мотивацията за извършване на разходи за подобни инициативи. Най-общо казано, компании, които работят за крайни потребители на вътрешния пазар, или на силно регулиран от правителството/общините пазар, като цяло зависят в по-голяма степен от общественото мнение, в сравнение с компании, които работят основно за други бизнеси или за външния пазар. Икономическият растеж през последните 5 години беше движен основно от износа (2.25 пъти ръст за последните 5 години), при това – най-вече на стоки за междинно потребление, и съответно успешното разрастване беше в компании, които имат относително малка експозиция към българските потребители. При промяна в източниците на растеж – например, засилване на вътрешните инвестиции и строителството, както и търговията, насочена към местния пазар – ще се промени и „демографията“ на успешните предприятия, като ще се увеличи делът на тези, за които инвестирането в изграждане на позитивен публичен образ ще става по-важно.

Геновева Петрова

Социолог, Алфа Рисърч

Изложените в анализа данни за дарителските практики на физическите лица показват, че сред българското население тази дейност все още е повлияна основно от медийни кампании и публична активност, които фокусират общественото внимание върху конкретни каузи. В резултат, дарителската практика продължава да е силно зависима от конюктурата (от конкретни събития) и ѝ липсва систематичност в подкрепа на избрана от хората кауза, към която да допринасят периодично.

Същевременно, подобрената икономическа ситуация през последните години обуславя както ръста в дела на дарявалите, така и увеличението (макар и малко) в обема на даряваните средства.

Все още обаче са налице сериозни бариери пред индивидуалната дарителска активност. Най-силна остава незапознатостта какво се случва с дарените средства и липсата на комуникация (т.е. обратна връзка) с получателите на даренията. Това поражда типично за българина съмнение, че вероятно в целия процес има нещо нередно, което го възпира от по-активна дарителска дейност. Подобни притеснения ще доминират обществените нагласи докато самата практика на даряване е преобладаващо на ad-hoc принцип.

Инцидентността в индивидуалните дарения е и фактор за все още относително слабата роля на физическите лица (в сравнение с институционалните дарители) за развитие на благотворителността. За мнозинството от българските граждани тя е нещо, което се прави при нужда, по конкретен повод, а не регулярна практика и част от начина на живот.

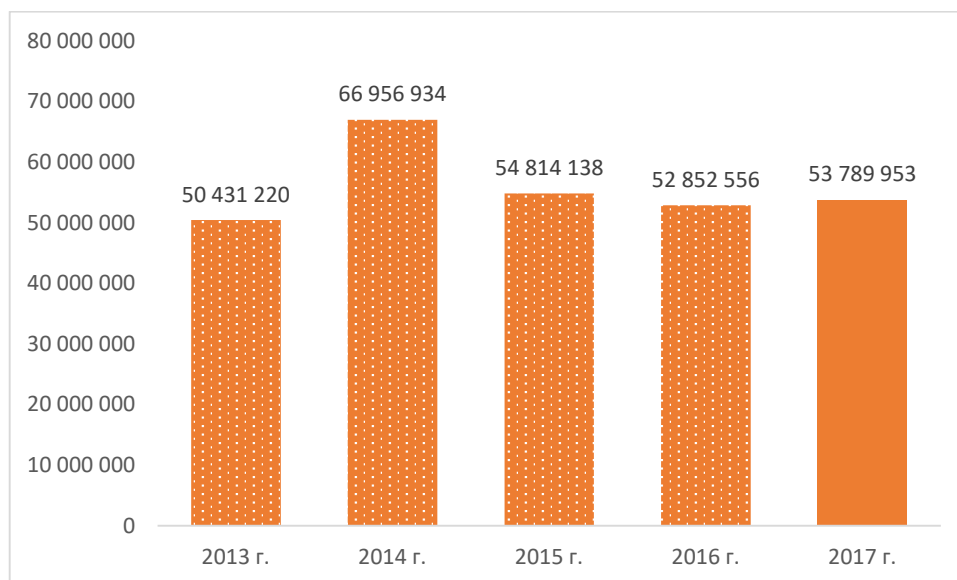
ПОДРОБНО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ДАННИТЕ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО НА ДАРИТЕЛСКИ ПРАКТИКИ И НАГЛАСИ КЪМ ДАРИТЕЛСТВОТО В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ 2017 Г.

1. Фондации

1.1. Размер на даренията

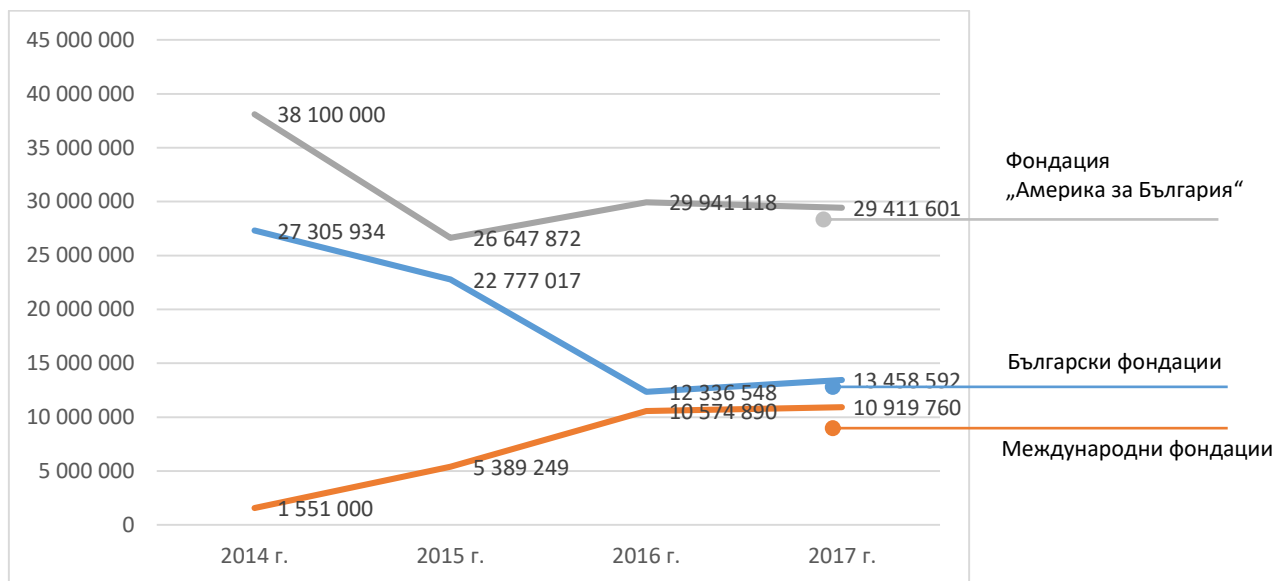
Общата сума дарения от фондации през 2017 г. е **53 789 953 лева**, като за четвърта поредна година те даряват повече от компаниите в България. Обемът се формира от даренията (отпуснатите грантове, стипендии и награди), направени от български и международни фондации, които предоставят финансиране в България. Спрямо 2016 г. не се отчита съществена промяна.

Фиг. 3: Графика на общия обем дарения в лева от фондации за последните 5 години



За последните две години се забелязва намаляване на предоставените от международни фондации средства, докато българските регистрират увеличение в тази посока. И през 2017 г. съществен принос в дела на предоставените дарения от фондации има фондация „Америка за България“. За по-обективно отразяване на полето дарените средства от нея се представят отделно от даренията, направени от останалите фондации, включени в проучването.

Фиг. 4: Дарени средства от български и чуждестранни фондации и фондация „Америка за България“ за последните 4 години



1.2. Сфери на подкрепа от фондациите

Както в предходната 2016, така и през 2017 г. фондациите са инвестирали приоритетно в областите „Образование и наука“ и „Детско и младежко развитие“. Посредством програмите им се подкрепят проекти и инициативи, които са обвързани с дългосрочни резултати и допринасят за постигането на стратегическите цели за промяна в качеството на живот и личностното развитие на хората. Директното предоставяне на социална подкрепа за нуждаещи се хора и семейства се надгражда с подход за насърчаване развиването на знания и умения сред подкрепените, чрез които те да получат възможност за самостоятелно справяне със своята уязвимост и така да се постигне устойчива промяна.

Все по-често фондациите избират да подкрепят проекти и инициативи, свързани с човешките права и опазване на демократичните ценности – чрез директно финансиране на застъпнически кампании или за повишаване чувствителността сред обществото ни по проблеми, които ги ограничават.

Фиг. 5: Сфери на подкрепа от фондациите през 2017 г.

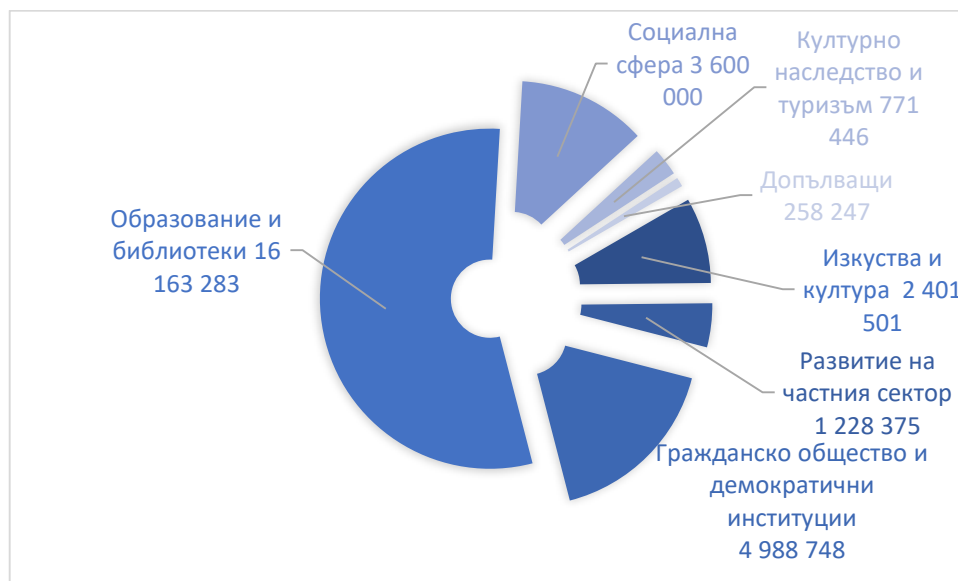


1.3. Фондация „Америка за България“

Общият брой на одобрените проекти през календарната 2017 година от Фондация „Америка за България“ е 62, което е с 31 проекта по-малко спрямо 2016 г.

Обемът отпуснати средства (в български лева) през календарната 2017 година по одобрени проекти (включително и такива, които са стартирали в по-ранна година, но имат финансиране през 2017) от Фондация „Америка за България“ е 29 411 601 лв. Фондацията е инвестирала в значими проекти в сферите „Образование и библиотеки“ и „Гражданско общество и демократични институции“.

Фиг. 6: Разбивка на дарените средства в лева по приоритетни области на одобрените проекти през 2017 г. от Фондация „Америка за България“

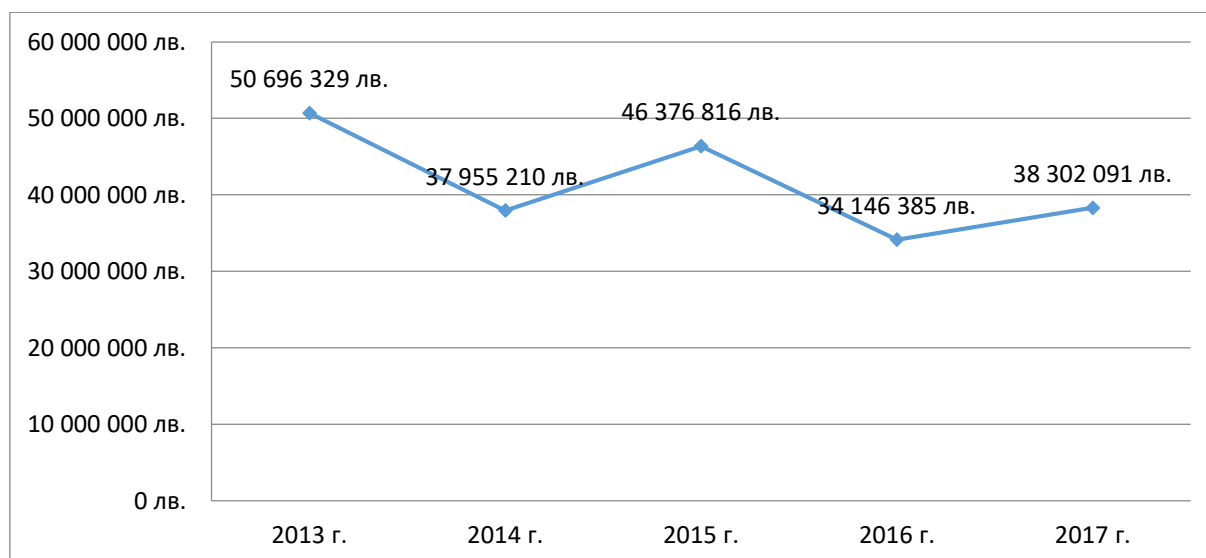


2. Компании

2.1. Размер на даренията

През 2017 г. компаниите са дарили общо **38 302 091 лева²**. След спада в обема на корпоративните дарителски инвестиции през 2016 г. е налице покачване с 12% .

Фиг. 7: Графика за обема на даренията от компании за последните 5 години



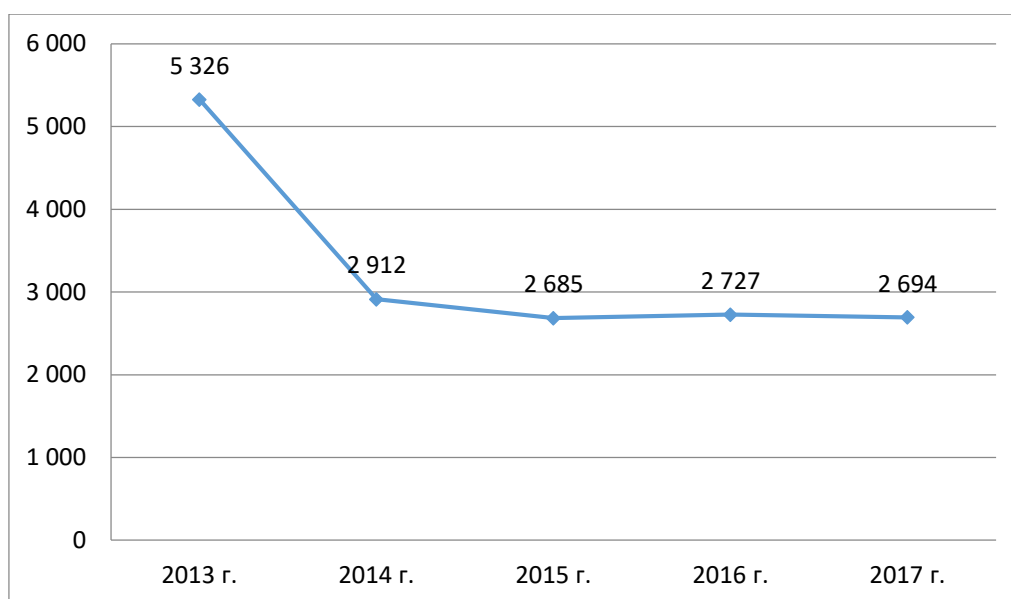
² Съгласно справка от НАП за декларирани дарения в годишната данъчна декларация по ЗКПО през 2016 г.

2.2. Брой дарители

Фирмите, обявили дарения през изминалата година, са **2 694**. Спрямо 2016 г. се регистрира сравнително запазване на броя на компаниите, декларирали дарени средства.

Запазва се тенденцията на изключително нисък процент компании, които декларират направени дарения. През 2017 г. броят юридически лица, декларирали предоставена подкрепа под формата на дарения, е едва **0,8 %** от общия брой лица, подали своите декларации по ЗКПО.

Фиг. 8: Графика за броя компании, декларирали дарения за последните 5 години



2.3. Категории получатели

Нормативната рамка в България дефинира 4 основни групи получатели на дарения. Съгласно ЗКПО всяка от компаниите, направила дарение през финансовата година, декларира към коя от групите се съотнася организацията или физическото лице, получило дарението. Различните групи получатели на дарения са обвързани с методологията, по която се изчисляват данъчните облекчения за дарителите, а именно: при дарения в полза на лица с код 01 данъчното облекчение е до 10% приспадане от сумата на данъчната основа, в полза на лица с код 02 – до 50% от данъчната основа, в полза на лица с код 03 – до 15% от данъчната основа и при дарения в полза на лица с код 04 облекчението е без ограничение в размера на разхода за дарение при конкретните условия.

**Фиг. 9: Справка за направени дарения от декларациите по чл. 92 от ЗКПО
за 2016 и 2017 г.**

Показател	2017		2016	
	Брой лица, направили дарение	Сума на направените дарения	Брой лица, направили дарение	Сума на направените дарения
Дарения в полза на лица с код 01: здравни и лечебни заведения; специализирани институции за предоставяне на социални услуги за деца и възрастни; детски ясли, детски градини, училища, висши училища или академии; регистрирани в страната вероизповедания; специализирани предприятия или кооперации на хора с увреждания; хора с увреждания; лица, пострадали при бедствия по смисъла на Закона за защита при бедствия, или на семействата им; Българския Червен кръст; социално слаби лица; деца с увреждания или без родители; юридически лица с нестопанска цел, регистрирани в Централния регистър на юридическите лица с нестопанска цел за общественополезна дейност, с изключение на организации, подпомагащи културата по смисъла на Закона за меценатството; Фонд "Енергийна ефективност и възобновяеми източници"; комуни за лечение на наркозависими, както и на наркозависими лица за тяхното лечение; детския фонд на Организацията на обединените нации (УНИЦЕФ)	2 643	37 699 597	2 664	33 988 898
Получатели с код 02 Център „Фонд за лечение на деца“ Център „Фонд за асистирана репродукция“	24	298 406	29	49 045
Получатели с код 03 По реда и условията на Закона за меценатството	14	254 700	16	73 972
Получатели с код 04 Дарения на компютри и периферни устройства за тях, произведени до една година преди датата на дарението, в полза на български училища, включително висши училища	13	49 388	18	34 470
Общо:	2 694	38 302 091	2 727	34 146 385

През 2017 г. броят компании, декларирали дарения в подкрепа на лица с код 01, е без съществено изменение спрямо 2016 г. Разликата обаче в дарените обеми средства е от над 3,9 млн. лева повече през 2017 г. Оттук следва изводът, че средно компаниите са дарявали по-големи суми в сравнение с предходната година за получатели с код 01.

При даренията в полза на централните „Фонд за лечение на деца“ и „Фонд за асистирана репродукция“ се наблюдава изключително голям ръст в дарените средства при сравнително запазване на броя компании, декларирали дарения в подкрепа на двата фонда.

При даренията по реда на Закона за меценатството почти няма изменение по отношение на броя лица, направили дарения, но пък се регистрира, подобно на даренията за двата фонда, над 3 пъти по-големи обеми.

По отношение на дарената техника при регламентирания условия по ЗКПО не се наблюдава съществена разлика в последната година на проучването.

2.4. Области на даряване

Проучване на БДФ за сферите на подкрепа от страна на компаниите посочва запазване на тенденцията корпоративните инвестиции приоритетно да бъдат насочвани към образование и наука, в т.ч. към детско и младежко развитие, отчитайки интегрираните подходи на работа.

Сферата „Култура и изкуство“ продължава да бъде също така предпочитана. Подобно като при фондациите директната подкрепа в социалната сфера е по-малко избирана.

Фиг. 10: Сфери на подкрепа от страна на компаниите според проучване на БДФ за 2017 г.



Анализите на БДФ относно практиките и нагласите към дарителството в последните години сочат приоритетен избор за подкрепа от страна на компаниите към каузи, които имат силно положителен обществен отзвук. Именно затова е важно да се отбележи, че през 2017 г. AVON видимо и категорично заявиха своята подкрепа като компания в подкрепа на приемането на Конвенцията на Съвета на Европа за превенция и борба с

насилието над жени и домашното насилие, независимо от поляризиращия обществен дебат.

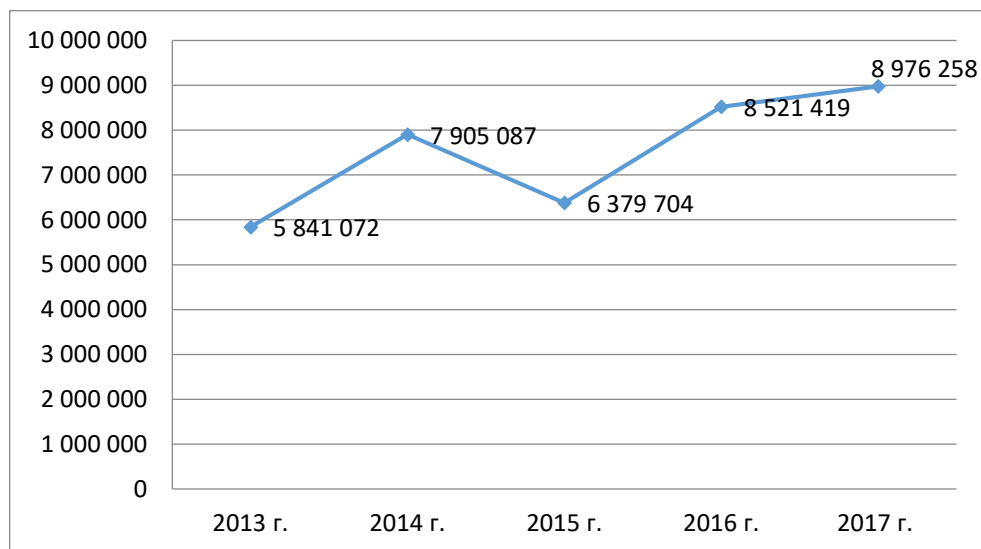
Сред компаниите се наблюдава и тенденция към по-ясно изразено профилиране на социалноотговорните им инвестиции, напр. чрез стесняване на сферите за подкрепа. По този начин те се стремят към по-добър ефект и разпознаваемост.

3. Физически лица

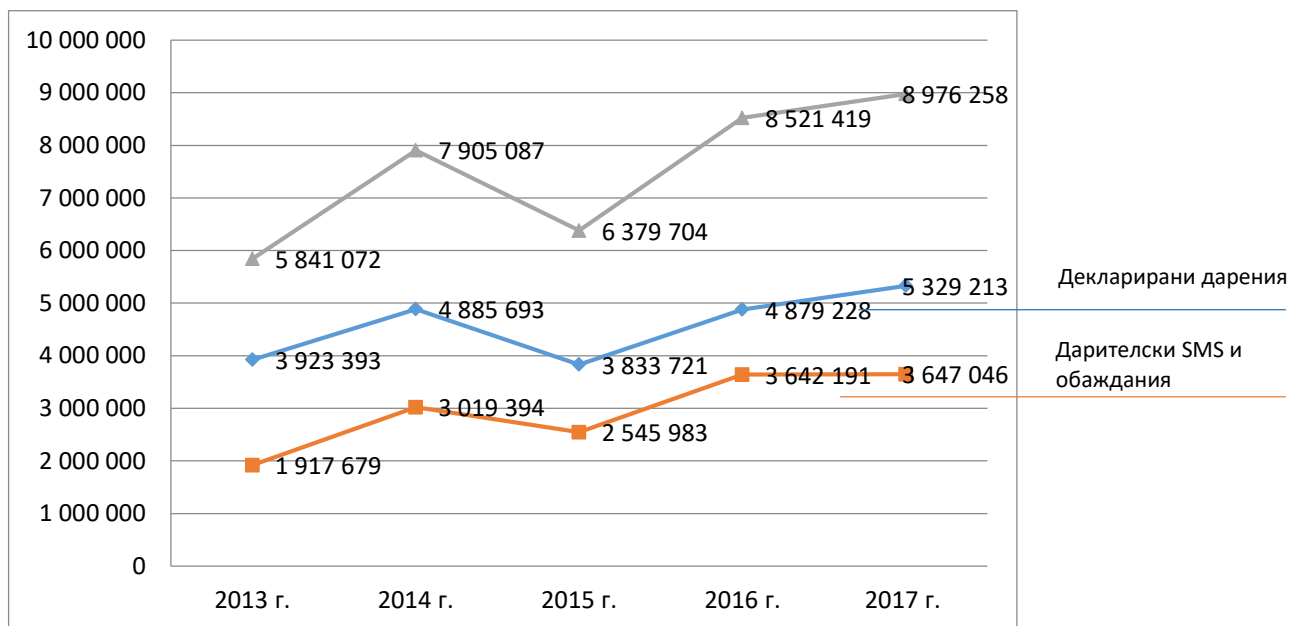
3.1. Общ размер на дарените средства от физически лица

През 2016 г. общият размер на финансовите дарения от физически лица е **8 976 258 лева**. Обемът се формира от декларираните данни от физическите лица пред НАП и дарителските обаждания и SMS по данни от мобилните оператори. Спрямо 2016 г. се регистрира 5% ръст в дарените суми от физически лица.

Фиг. 11: Графика на дарените финансови средства в лева от физически лица в последните 5 години



Фиг. 12: Тенденции в дарените средства с дарителски SMS и обаждания и декларирани дарения от физически лица през за последните 5 години



3.2. Дарения от физически лица по данни на НАП

Съгласно справка от данъчните декларации по чл. 50 от ЗДДФЛ за 2017 г. сумата на направените дарения е 5 329 213 лв., което е 9 % повече спрямо дарените средства през 2016 г. През 2017 г. 1 400 физически лица са декларирали дарения, докато през 2016 г. техният брой е бил 1 662 човека.

По отношение на получателите на даренията (юридически и физически лица) нормативната рамка отново дефинира групи/кодове лица като при компаниите, в чиято полза се правят даренията. Единствената разлика е, че физическите лица не биха могли да декларират дарения на компютри срещу данъчни облекчения. Картината за 2017 г. сочи спад на броя физически лица, декларирали дарения към трите основни групи. Впечатление прави, че през 2017 г. по-малко хора са декларирали дарения в подкрепа на получатели с код 01 спрямо 2016 г., но с по-голям обем.

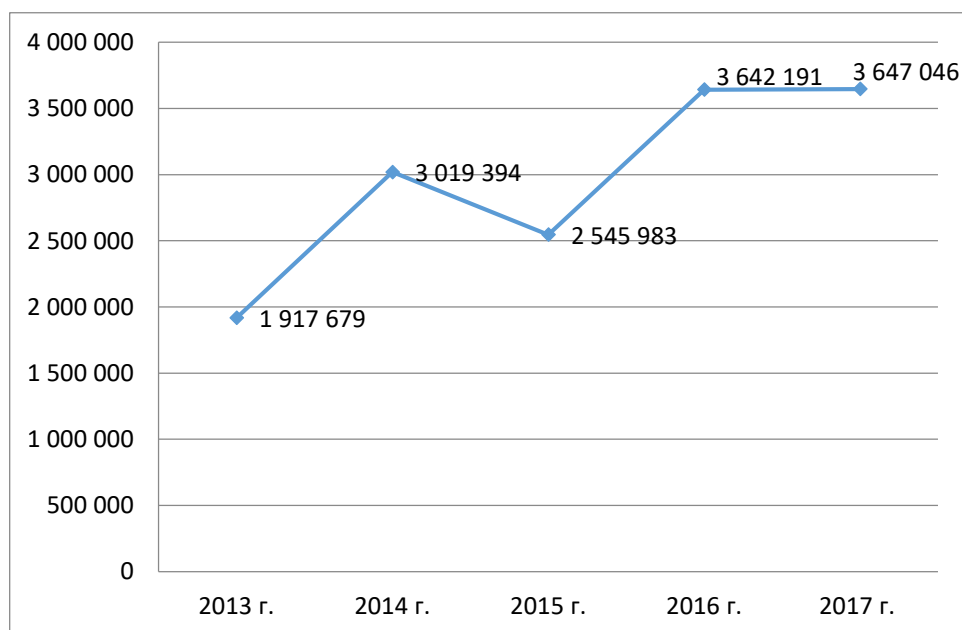
Фиг. 13: Брой физически лица, направили дарение, и суми на даренията за 2016 и 2017 г. по данни на НАП

Показател	2017		2016	
	Брой лица, направили дарение	Сума на направените дарения	Брой лица, направили дарение	Сума на направените дарения
Получатели с код 01 Здравни и лечебни заведения, специализирани институции за предоставяне на социални услуги на деца и възрастни, детски градини, училища, университети, културни и образователни институции, НПО в обществена полза, Български Червен кръст, УНИЦЕФ	1 270	5 005 453	1 501	4 537 994
Получатели с код 02 По реда и условията на Закона за меценатството	69	311 300	75	320 301
Получатели с код 03 Център „Фонд за лечение на деца“ Център „Фонд за асистирана репродукция“	61	12 460	86	20 933
ОБЩО:	1 400	5 329 213	1 662	4 879 228

3.3. Дарения с дарителски SMS-и и обаждания

Справка от трите мобилни оператора в страната (Мтел (сега А1), Telenor, VIVACOM,) сочи запазване на сумите, дарени от физически лица с дарителски SMS и обаждания. През 2017 г. с дарителски SMS и обаждания са дарени **3 647 046 лева**.

Фиг. 14: Графика на дарените суми в лева чрез дарителски SMS и обаждания за последните 5 години



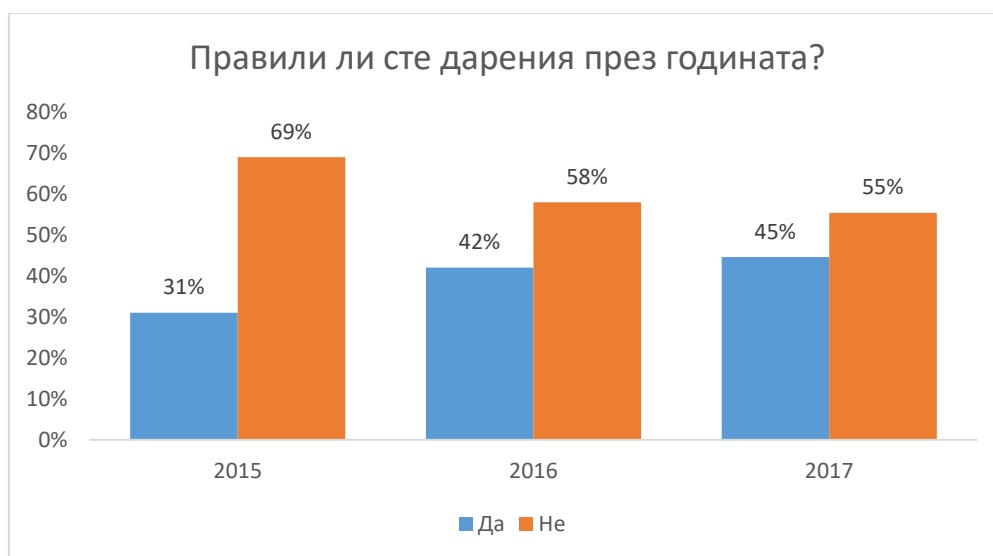
С дарителските номера се подкрепят инициативи като: „Българската Коледа“, кампании на Министерство на отбраната и Министерство на вътрешните работи в помощ на деца на пострадали и загинали техни служители по време на служебен дълг, кампании на УНИЦЕФ България, фондация „И аз мога“, SOS Детски селища, Български Червен кръст, както и кампаниите, които набират подкрепа и чрез единния дарителски номер 17 777 - DMS.

3.4. Обществено проучване за дарителски практики и нагласи към дарителството

За целите на анализа на дарителството и по поръчка на БДФ „Алфа Рисърч“ проведе представително проучване за нагласите сред хората в началото на 2018 г. относно дарителските практики през изтеклата 2017 г.

В сравнение с проучването за 2016 г. се отчита лек ръст сред хората, които споделят, че са дарявали средства през годината.

Фиг. 15: Съотношение между броя хора, потвърдили че са дарили средства, и тези, които не са дарили за периода 2015 – 2017 г.

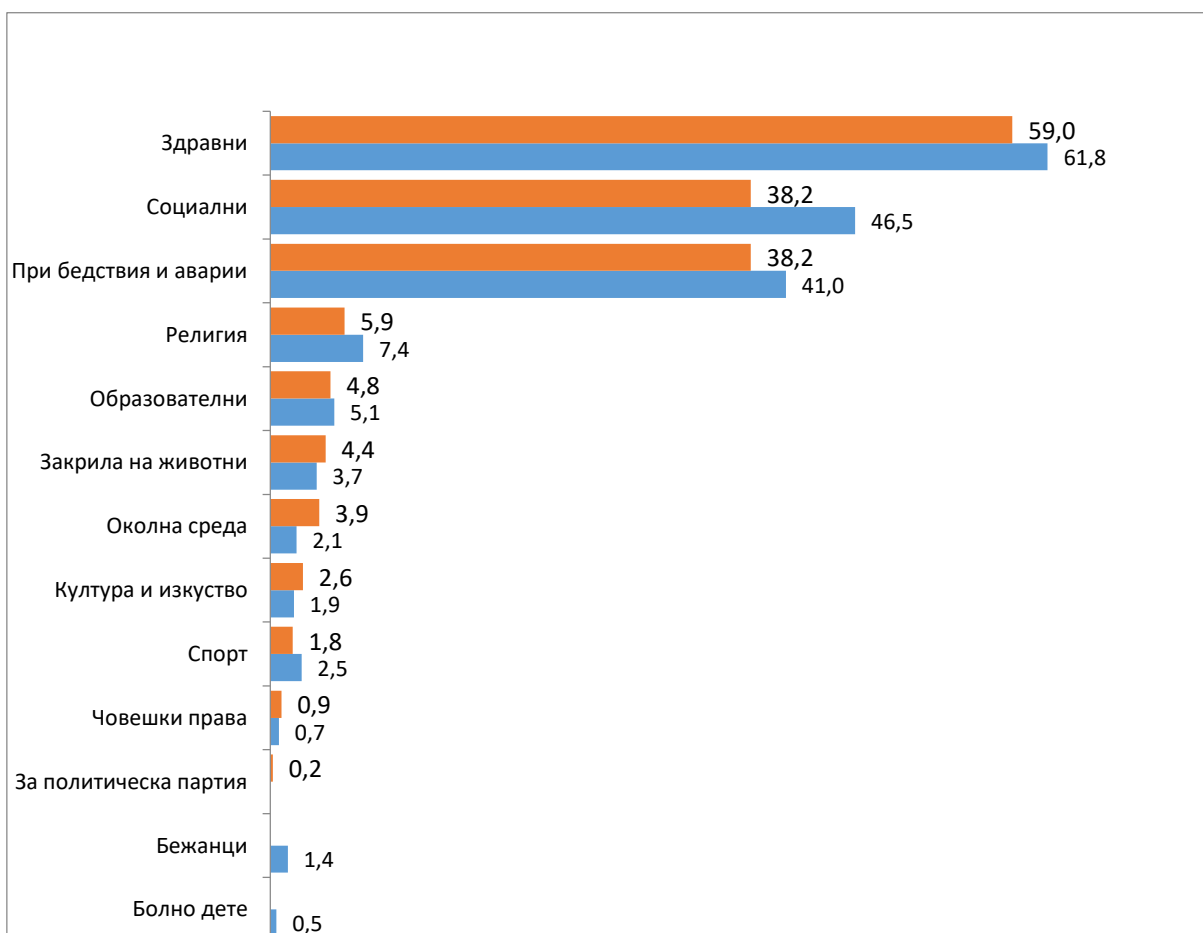


Най-силните мотиви за индивидуалните дарители са, защото искат да помагат, макар и с малки средства, личното отношение към каузата и конкретното предназначение на дарението.

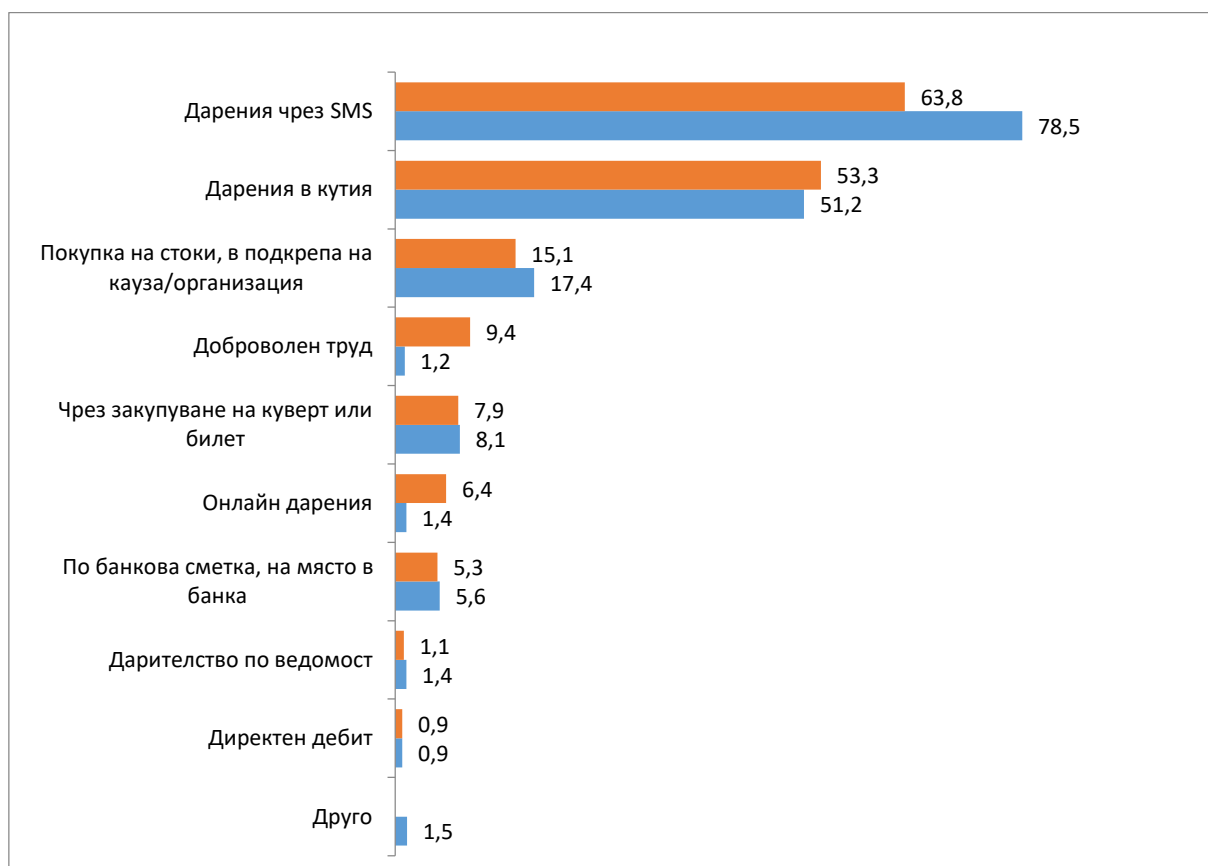
Фиг. 16: Основни мотиви за даряване сред хората през 2017 г. (%)



Фиг. 17: Приоритетни каузи за подкрепа от страна на хората през 2017 и 2016 г.



Фиг. 18: Предпочитани начини на даряване през 2017 в сравнение с 2016 г.



Фиг. 19: Проблеми пред индивидуалните дарители през 2017 г. (%)

Отговори на въпрос: Кой е основният проблем, с който сте се сблъскали като дарител?



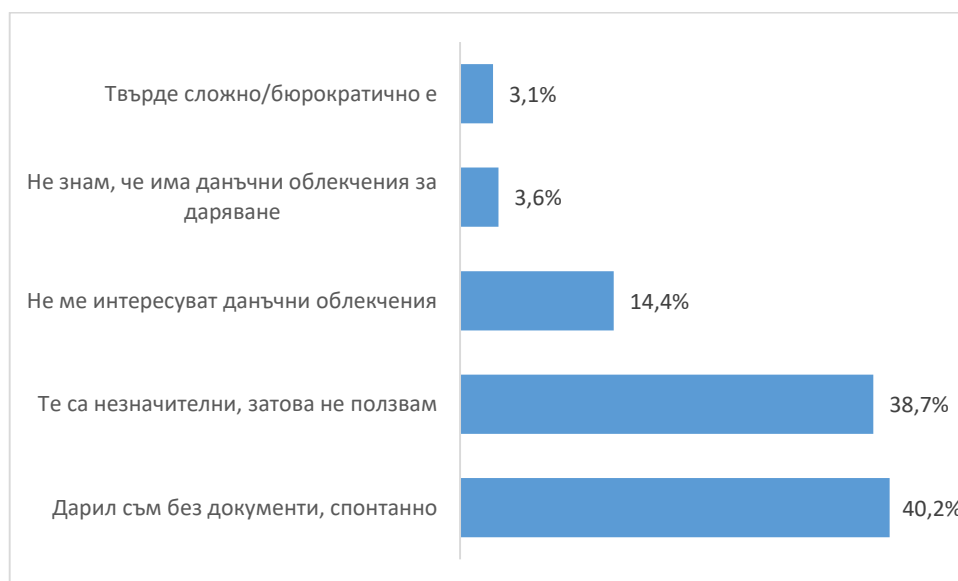
Фиг. 20: Бариери пред индивидуалните дарители през 2017 г. (%)

Отговори на въпрос: Поради какви причини не сте дарявали през 2017 г.?



За поредна година Анализът показва, че данъчните облекчения при дарения не са водещ мотив при решението за подкрепа от страна на индивидуалните дарители. Основната причина за това е, че хората даряват спонтанно и не проявяват отношение дали дарението им е официално регистрирано, на основата на което последствие биха могли да се възползват от данъчни облекчения.

Фиг. 21: Основни причини хората да не декларират дарения през годината

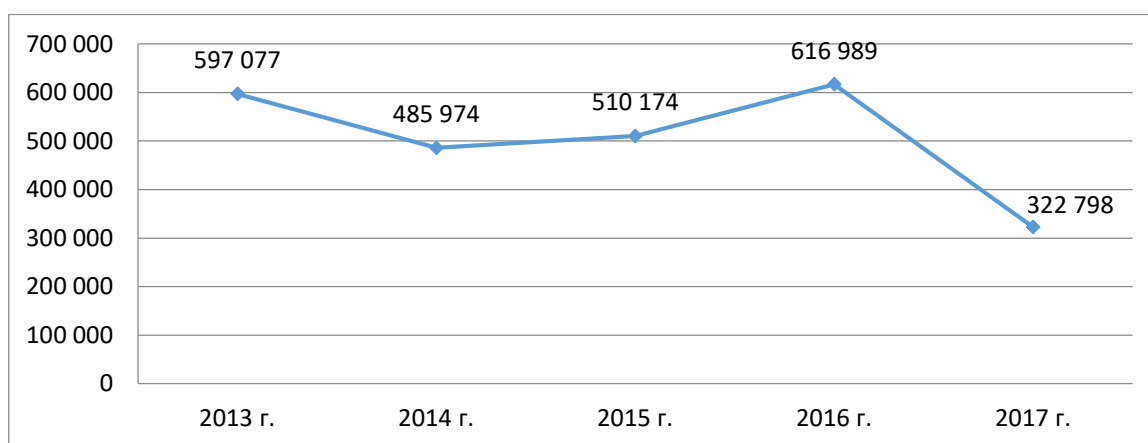


4. Еднолични търговци

4.1. Размер на дарените средства

През 2016 г. общият размер на даренията от еднолични търговци (ЕТ) е **322 798 лева**, съгласно справка от НАП за направените дарения. Спрямо 2016 г. се регистрира спад от 48% на дарените суми от ЕТ.

Фиг. 22: Графика с даренията в лева от ЕТ за последните 5 години (лева)



- 4.2. Брой и насоченост на подкрепа от едноличните търговци, декларирали дарения през 2017 г.

Фиг.23: Справка за декларираните дарения от ЕТ през 2017 и 2016 г.

Показател	2017		2016	
	Брой лица, направили дарение	Сума на направените дарения	Брой лица, направили дарение	Сума на направените дарения
Получатели с код 01 Здравни и лечебни заведения, специализирани институции за предоставяне на социални услуги на деца и възрастни, детски градини, училища, университети, културни и образователни институции, НПО в обществена полза, Български Червен кръст, УНИЦЕФ	146	322 075	186	397 895
Получатели с код 02 По реда и условията на Закона за меценатството	3	623	3	53 662
Получатели с код 03 Център „Фонд за лечение на деца“ Център „Фонд за асистирана репродукция“	0	0	1	75 000
Получатели с код 04 Дарения на компютри и периферни устройства за тях, произведени до една година преди датата на дарението, в полза на български училища, включително висши училища	1	100	2	90 432
	150	322 798	192	616 989

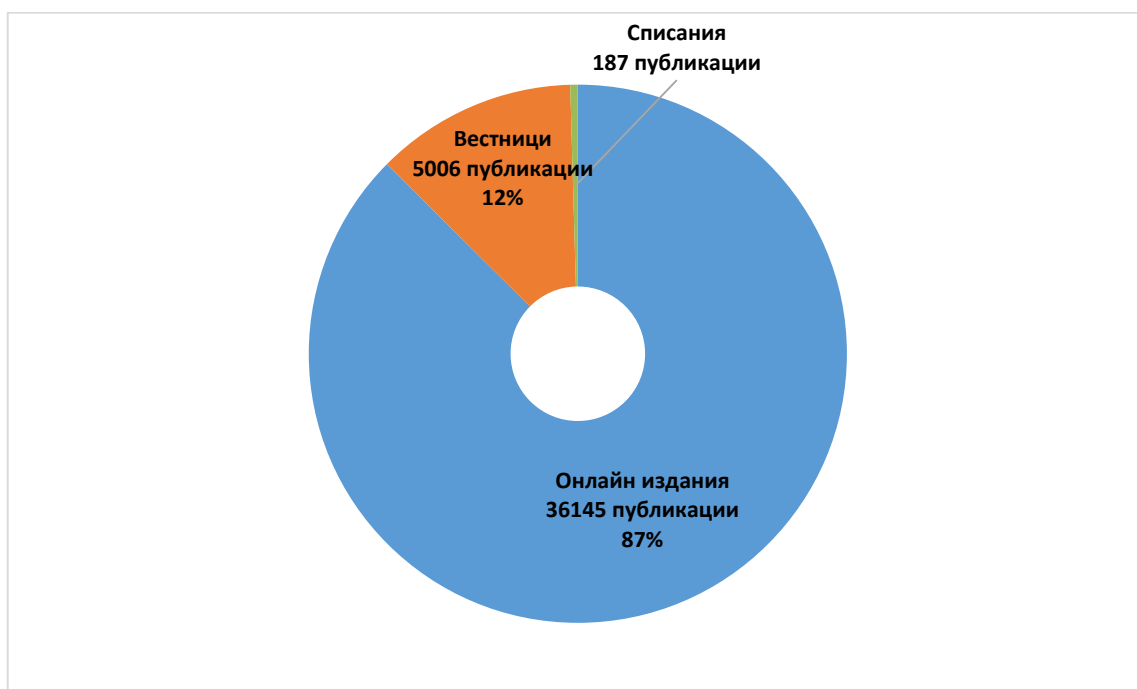
ТЕМАТА ЗА ДАРИТЕЛСТВОТО В МЕДИИТЕ ПРЕЗ 2017 Г.

Медиен анализ с основни тенденции, обобщени от агенция IntelDay Solutions

Общият брой медийни публикации, отразяващи дарителството в страната през 2017 г., е 41 338, което е с 15 769 публикации повече спрямо 2016 г. или с над 60 % увеличение. Запазва се тенденцията през последните три години (2015, 2016 и 2017) за непрекъснато нарастване на броя на материалите по темата.

Онлайн новинарските сайтове водят в медийното отразяване с повече от 80 % от общото съдържание (18 262 статии). Релевантните споменавания във вестниците заемат второто място със 7026 статии или 28% от отразяването. Списанията публикуват само 273 статии (1%).

Фиг. 24: Съотношение на брой публикации по темата „Дарителство“ по типове медии през 2017 г.



По отношение на медийното отразяване на темата през годината правят впечатление пикът на броя публикации през месец юни и насищането през последните три месеца на годината:

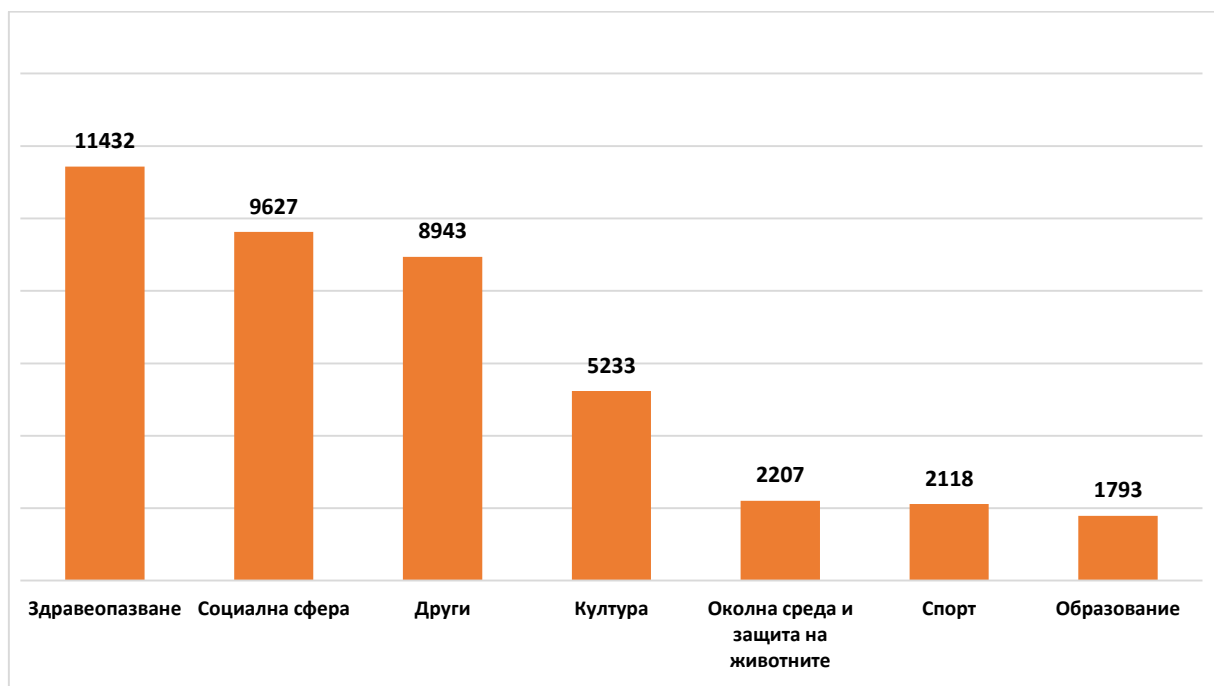
Юни – След като през първата половина на годината обемът споменавания на темите, свързани с благотворителността и доброволчеството, е сравнително нисък, юни отбелязва първия сериозен пик в медийната активност.

Октомври – Традиционно към края на годината се увеличава и активността в сферата. Ключова тук е темата за даренията, събирани от Българския червен кръст (БЧК), във връзка с наводненията в Бургаско. Кампанията за събиране на средства за хранителни пакети, вода, дрехи, одеала и спално бельо е широко отразена от всички медии.

Ноември – Ноември традиционно е силен месец за благотворителните инициативи, основно заради приближаващите коледни празници. Тук голям принос отново играе наводнението в Камено, но този път дарителите са по-разнообразни.

Декември – Месец декември е безспорно най-активният период по отношение на благотворителността. Споменаванията наброяват 6 870, което надминава дори сбора от новините през цялата първа половина на годината. През декември новините са разнообразни. Водеща роля играе кампанията „Българската Коледа“, но не по-малко отразени са редица инициативи на частни лица, които организират благотворителни коледни базари в помощ на възрастни, социално слаби и болни хора.

Фиг. 25: Съотношение на медийни публикации по сфера на даряване през 2017 г.



Частните лица имат най-голям принос в сферата на здравеопазването чрез дарения за болни хора, както и чрез дарения за болници. През тази година вторите се увеличават спрямо предишната, като даренията на апаратура са предпочитан подход при даряване за болнични заведения.

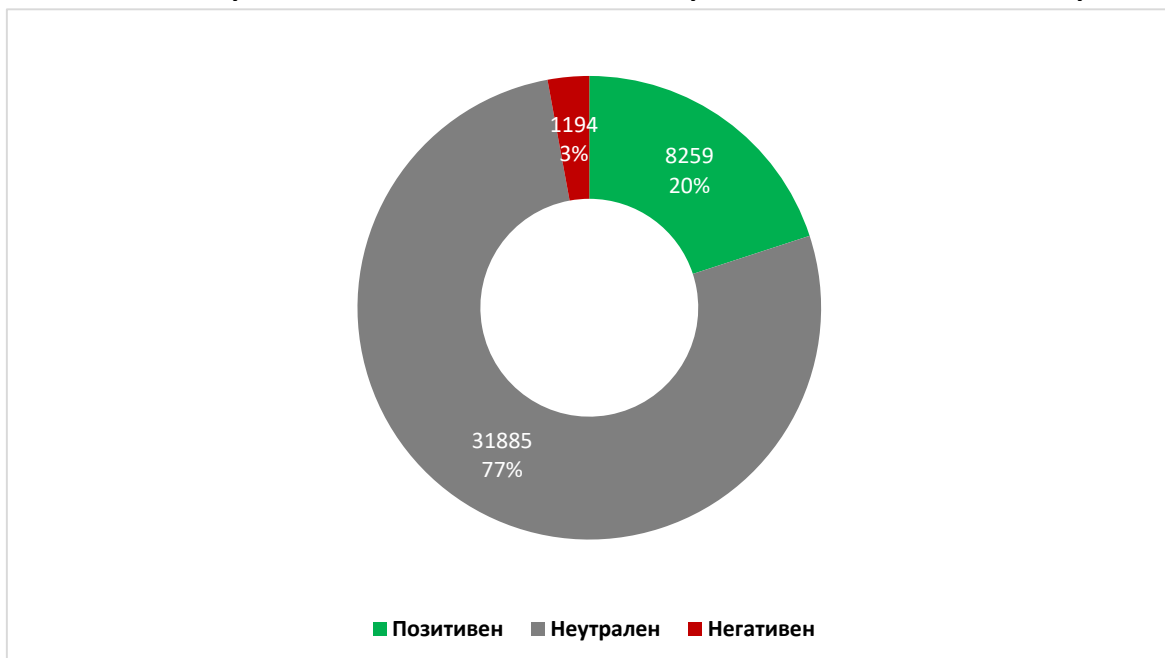
Социалната сфера е втората по популярност категория, като тук тази година най-големи заслуги имат частните лица и НПО. Основен фокус тази година са даренията на дрехи и

храна, като за вторите водещ източник е Българската хранителна банка, която генерира сериозна обществена подкрепа.

Отчита се ръст на подкрепата за сектор „Култура“ от страна на политически лица и организации. Оказва се, че политиките инвестират най-много в социални каузи и културната сфера, а най-малък интерес има към околната среда и защитата на животните. Спортът също не представлява интерес за този тип източници на финансиране.

Впечатляващото е, че тази година има рязък спад в инвестициите в образованието. Водещ източник на финансиране в образованието се оказват частните лица, които генерират двойно повече споменавания спрямо всеки друг източник. На второ място са НПО организациите, следвани от чужди правителства.

Фиг. 26: Тон на представянето на темата за дарителството в медиите през 2017г.



Медийното отношение е предимно неутрално (31 883 статии или 77% от общото съдържание). Одобрителният тон в публикациите се открива в 20% от цялото съдържание по темата (8259 материала). Негативните споменавания представляват само 3% и могат да бъдат открити в само 1194 статии.

Позитивният тон е съставен основно от активации на различни фирми в рамките на техните инициативи за корпоративна социална отговорност, като най-позитивно отразената категория е „Други“, съставена от множество кампании. На второ място по популярност е здравната сфера, а ключова позитивна тема е кръводаряването.

Негативните медийни реакции (1194 материала или 3% от общия брой) идват основно от скандали, свързани с измами с дарения, принудителни договори за дарения (като това, открито от НАП-Бургас), липсата на лаборанти, които да взимат кръв от

кръводарители през почивни дни и др. Принос имат и даренията за МВР, които са отразени почти изцяло негативно от медиите в България. Изданията се фокусират върху това, че МВР продължава да получава дарения, независимо че бюджетът му бе увеличен и за тази година е предвидено да похарчи цели 1.23 млрд. лв.

Водещ източник на финансиране на благотворителни дейности отново са частни лица, като тук се включват всички DMS кампании за събиране на средства за лечение на болни хора, както и инициативи, свързани с дарения за църкви.

Второто място този път не се заема от смесените източници, а от НПО организациите, които са изключително активни през тази година в допринасянето за благотворителни кампании.

Дарителството в България през 2017 година

Анализ на Български дарителски форум за практики и тенденции в дарителството и корпоративната социална отговорност

Анализът се основава на база данни от Национална агенция за приходите за декларирани дарения от компании, еднолични търговци и физически лица, преглед на отчети в Търговския регистър и регистъра на юридическите лица с нестопанска цел, преглед на отчети на международни донорски организации, социологическо проучване, проведено от агенция „Алфа Рисърч“ през месец март 2018 г., както и разширени въпросници до компании и фондации сред общността на дарителите в България.

В документа е представен медиен анализ на тема „Дарителството в медиите 2017“, изготвен от Intelday Solutions по поръчка на БДФ.

БДФ благодари за приноса в разработването на Анализа на:

Геновева Петрова, Алфа Рисърч
Лъчезар Богданов, Индъстри Уоч

Диляна Стоянова, УниКредит Булбанк
Илияна Николова, фондация „Работилница за граждански инициативи“
Искра Джанабетска-Кавалджиева, фондация „Комунитас“
Людмила Атанасова, фондация ВCause

Анализът е изготвен с подкрепата на
фондация „Америка за България“ и фондация „Чарлз Стюърт Мот“.



Българският дарителски форум е организация, която работи за развитието на дарителската среда в България. Ние обединяваме големи фондации и компании в страната, които имат активна и последователна дарителска политика за постигане на обществена промяна. Стремим се да създаваме пространство, в което те да споделят свои идеи и практики, свързани с дарителските им инвестиции. БДФ проучва и анализира практиките и тенденциите в полето на дарителството, иницира и участва активно в създаването на ефективни подходи за среда, подкрепяща дарителството.

Членовете на БДФ:

Компании	Фондации	Наблюдатели
AVON България	Американска фондация за България	Институт „Отворено общество“ – София
Job Tiger	Благотворителен фонд „Проф. д-р Желязко Христов, д.м.“	Фондация „Една от 8“
TELUS Int. Europe	Българска фондация	Фондация „Еконт“
VIVACOM	Биоразнообразие	Фондация „Елизабет Костова“
АБВи България	Български фонд за жените	Фондация „ОУК“
Аурубис България	Обществен дарителски фонд за Варна	Фондация „Партньори България“
Данон България	Общинска фондация „Русе – град на свободния дух“	Фондация „ПРОМЯНАТА“
Кока-Кола ХБК България	Фондация „Благотворител“	Фондация „Работилница за граждански инициативи“
Контур Глобал Марица Изток 3	Фондация „Българска памет“	Фондация „Тръст за социална алтернатива“
Лидл България	Фондация „Георги Чиликов“	Фондация „Чарлз Стюърт Мот“
Майкрософт България	Фондация „Дънди“	УНИЦЕФ България
МЕТРО Кеш енд Кери България	Фондация „Еврика“	
А1 (Мобилтел)	Фондация „Искам бебе“	
Обединена българска банка	Фондация „Комунитас“	
Перно Рикар България	Фондация „Лале“	
Пощенска банка	Фондация „Радостина Константинова“	
Първа инвестиционна банка	Фондация „Св. Св. Кирил и Методий“	
Райфайзенбанк България	Фондация „Светът на Мария“	
Сосиете Женерал Експресбанк		
Теленор България	Фондация VCause	
ТехноЛогика	Хабитат България	
УниКредит Булбанк		