

Дарителството в България през 2014 г.

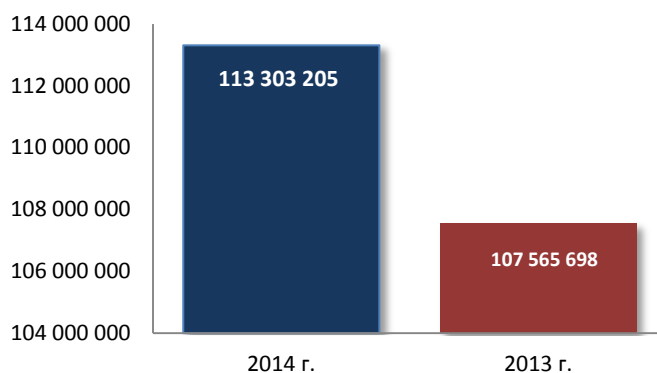
Анализ на Български дарителски форум¹

Приложение – Изследване на обществените нагласи към дарителството²

Общо представяне

Дарената сума от компании, фондации, еднолични търговци и физически лица през 2014 г. е **113 303 205 лв.** Това е ръст с близо 5%, сравнено с 2013 г., а в цифри – ръст с 5 737 507 лв.

Фиг. 1: Обем на даренията през 2014 г. в сравнение с 2013 г., в лева



Фиг. 2: Разпределение на общия обем от дарения през 2014 г.



¹ Анализът се базира на данни от НАП за декларираните данъчни облекчения, Централния регистър на ЮЛНЦ, социологическо проучване, проведено от агенция „Алфа Рисърч“ през юли 2015 г., както и разширени въпросници до компании и фондации. Изготвен е от Български дарителски форум, с подкрепата на фондация „Америка за България“ и фондация „Чарлз Стюърт Мот“.

² Социологическо изследване на агенция „Алфа Рисърч“ ООД

- **Фондациите**

За първа година от 7 години насам най-големите дарители в страната са фондациите. Даренията от тях са на обща стойност **66 956 934 лв.** и това прави увеличение с близо 26% сравнено с предходната година. Така, практически, даренията, направени от фондации, са близо 60% от всички дарения за страната (в това число - даренията от български и международни фондации, както и от фондация „Америка за България“, която с близо 34% от общия обем дарения остава най-големият донор за каузи и инициативи в България).

Най-подкрепяните сфери от страна на фондациите са социални дейности, образование и наука, човешки права и развитие на гражданското общество.

Ръстът на дарения, направени от фондациите, се дължи от една страна на острата нужда от подкрепа при възникналите хуманитарни кризи през 2014 г. (наводненията през пролетта и лятото на годината и задълбочилия се бежанския поток от Близкия Изток към Европа през България). Огромен дарителски ресурс бе насочен за подпомагане на пострадалите в наводнените региони и бежанците, потърсили закрила в страната. От друга страна – подкрепа бе генерирана и чрез Финансовия механизъм на Европейското икономическо пространство (ЕИП) 2009-2014 г. През 2014 г. са предоставени грантове на стойност около 12 млн. лева.

Утвърждаваща роля за развиване на дарителството придобиват обществените дарителски фондове, които на регионален принцип успяват да привличат средства за подкрепа на значими каузи. С финансовата и методическа подкрепа на Фондация „Работилница за граждански инициативи“ 10-те обществени фондации в Благоевград, Бургас, Варна, Габрово, Лом, Русе, Сливен, Стара Загора, Чепеларе и Ямбол придобиха популярност и доверие сред местните общности.

През 2014 г. обществените фондации успяха да приложат ефективно Дарителските кръгове като иновативен инструмент за фондонабиране. Набраните средства от дарителските кръгове в Бургас, Сливен, Ямбол, Стара Загора, Варна, Габрово през годината са с 10% повече спрямо събраните средства през 2013 г.

Всяка година фондациите развиват и налагат различни актуални модели на дарителство и инвестиции в обществото. През 2014 г. популярна беше темата за социалното предприемачество и възможностите за промяна, която то носи. Няколко фондации, сред които Български център за нестопанско право (БЦНП), съвместно с УниКредит Булбанк, Фондация „Помощ за благотворителността“ (ФПББ) със своя Ринкър Център, фондация “Reach for change“ с проект „Промяната“, финансираха различни стойностни проекти, които дават възможност за развитие на социално предприемачество и старт-ъпи и

едновременно с това наложиха този механизъм за създаване на добавена стойност в обществото като значима.

- **Компаниите**

Бизнесът е дарил **37 955 210 лв.** и така за втора поредна година отбелязва спад в обема дарения спрямо предходните години. За 2014 г. спадът е с малко над 25% сравнено с предходната 2013 г.

Наред с обемите, намалява и броят на компаниите дарители – спадът е с 45% спрямо 2013 г., или в цифри – 2 414 компании по-малко са декларирали направени дарения.

Бизнесът се опитва да поддържа своите общественозначими приоритети и сфери, като запазва проектите, които традиционно подкрепя, но намалява обема на финансиране. Компаниите се стремят да правят дарителството си все по-стратегическо, да не излизат извън подкрепата за целевите групи, заложен в стратегиите им за корпоративна социална отговорност (CSR) и да се фокусират максимално върху дългогодишни проекти, чрез които могат да видят и измерят по-дълготрайните промени и ефект. Компаниите увеличават с над 50% нефинансовата подкрепа (стоки и услуги), дарена за различни инициативи, особено видимо е това при хуманитарни кризи като кризата с наводненията във Варна, Добрич и Мизия, когато те даряваха стоки и продукти, в зависимост от бизнеса си – от лекарства до перилни и почистващи препарати, карти за мобилен интернет, храна и др.

Чрез своите дарителски програми компаниите все по-уверено развиват образ на посланици на общественозначими каузи сред партньори и клиенти. Оттук и стремежът им за по-широка подкрепа посредством разнообразяване на ресурсите, които даряват, включително въвличане на служители с доброволен труд и вътрешни корпоративни инициативи за набиране на средства.

- **Физическите лица**

Общият обем на набраните дарения от физически лица през 2014 г. е **7 905 087 лв.** което е съществено увеличение на обема дарения от хора - с над 35% спрямо 2013 г. По данни на НАП през 2014 г. обемът на даренията от граждани нараства с над 24%, но намалява броят им - с 56% спрямо 2013 г. (2 764 са даренията през 2014 г., докато 6 345 са в предходната година).

Съществено е и увеличаването на сумата от даренията чрез SMS и телефонни обаждания - с над 57% спрямо 2013 г.

Според проучване на „Алфа рисърч“, направено по поръчка на Български дарителски форум (БДФ) през юли 2015 г. за 12 месеца назад, хората в България продължават да предпочитат дарението чрез SMS³ – близо 63% даряват именно по този начин, следван от дарения в кутия – 43%. 9% от хората избират да закупят стоки, процент от чиято продажба е насочен към кауза или организация. Българите най-много даряват за здравни и социални каузи – общият процент от двете области е над 90%, а едва 3% са дарили за каузи, свързани с култура и изкуство, 2% - за каузи, свързани с бежанците в страната.

Основните мотиви за дарения на физическите лица са: значимостта на каузата – заради този мотив даряват 28% от дарителите, 20% са ръководени от личното отношение към даден проблем. Едва 4% от участвалите в проучването даряват поради налични данъчни облекчения.

- **Едноличните търговци** са дарили 485 974 лв. през 2014 г. и тази сума е спад с близо 19% спрямо 2013 г.
- **Среда за развитие на дарителството**

През 2014 г. продължиха да се дискутират, без да намерят финално решение, няколко възлови за дарителите теми:

1. **Анонимността на дарителите в медиите** – все още медиите не цитират имената на дарителите – компании, а често – и фондации, когато отразяват техни проекти и инициативи в информационното съдържание на медиата. Съветът за електронни медии (СЕМ) издаде още през 2012 г. Методически указания във връзка със забранените скрити търговски съобщения и позиционирането на продукти като форма на търговско съобщение, които либерализират Закона за радиото и телевизията, в които регулаторът твърди, че не санкционира медиите, когато споменават имената на дарителите в новини и предавания, но едновременно с това, заявява, че „разглежда всеки случай индивидуално“. Тази липса на яснота и категоричност като позиция от страна на СЕМ допринася медиите да продължават да държат в сянка имената на компании и фондации – дарители и да се оправдават с регулатора.
2. Продължава да **няма единни ставки за данъчни облекчения**, а за дарителите в България е от съществено значение уеднаквяването на ставките. Според сега действащото законодателство дарителите са третираны различно, в зависимост от това за кого даряват. При дарения към държавните центрове

³ Въпросът за предпочитания от физически лица начин за даряване на парични средства позволява избор на повече от един механизъм.

„Фонд за лечение на деца" и „Фонд за асистирана репродукция", дарителят може да намали до 50% от годишната си данъчна основа, до 15% при даренията за култура по Закона за меценатството и до 10% за граждански организации, училища, Български Червен кръст и др. - когато дарители са компании. Физическите лица ползват само 5% данъчни облекчения за даренията си.

3. Все още има **ДДС върху дарени стоки и храни**, което е пречка пред бизнеса, избрал да дари по този начин.

- **Постиженията за подобряване на средата.**

Промени в Закона за местните данъци и такси (ЗМДТ) улесниха дейността на юридически лица с нестопанска цел (ЮЛНЦ), при получаване на дарения към тях. Преди тях ЗМДТ предвиждаше организациите, освободени от данък дарение, да подават декларации за всяко едно от получените от тях дарения.

Този регламент създаваше ненужна административна тежест за тях. След активна кампания на БДФ и други партньорски организации беше приета поправка в ЗМДТ, в която НПО в обществена полза се освобождават от това задължение, считано от 1^{ви} януари 2015 г.

Колко са дарените средства през 2014 г.?

Общата дарена сума от компании, еднолични търговци, физически лица и фондации през 2014 г. е **113 303 205 лв.**

Спрямо 2013 г. се регистрира увеличение в общия обем дарения с близо 5%, а в цифри - с 5 737 507 лв.

Компаниите заемат дял от 33,50%, следвани от даренията, направени от фондации в България с 24,10%.

Фиг. 3: Размер на даренията по категории за 2014 г.

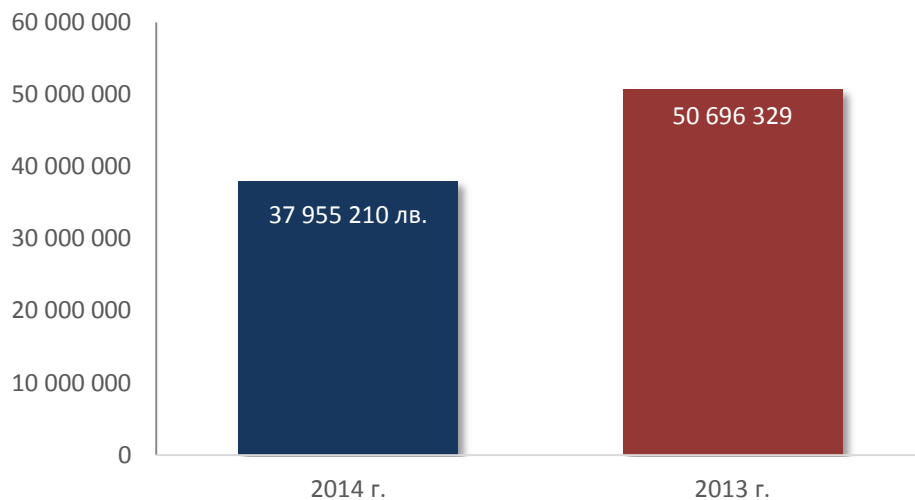


Кои са дарителите през 2014 г.?

1. Компаниите са дарили 37 955 210 лв. през 2014 г.

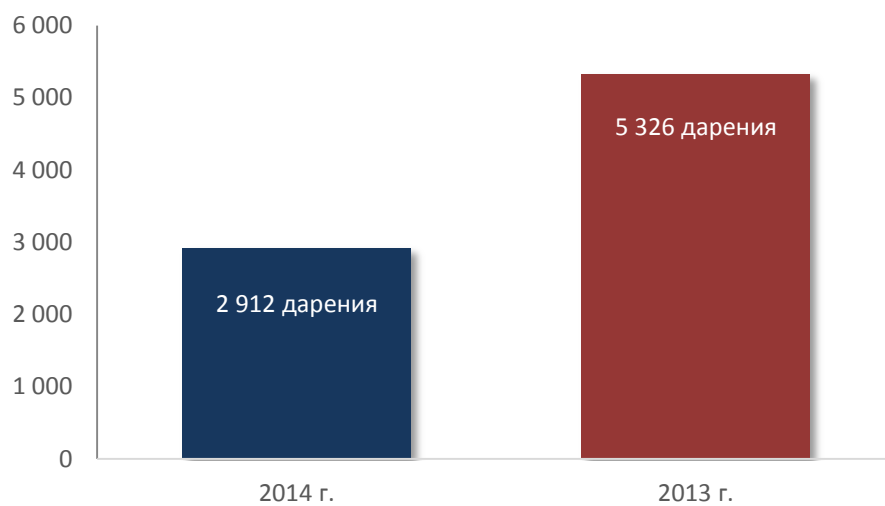
За втора поредна година компаниите отбелязват спад в обема на даренията спрямо 2013 г., като се запазва отрицателната тенденция от 2012 г., когато също отбелязахме спад в техните инвестиции в обществото.

Фиг. 4: Размер на даренията от компании през 2014 г.

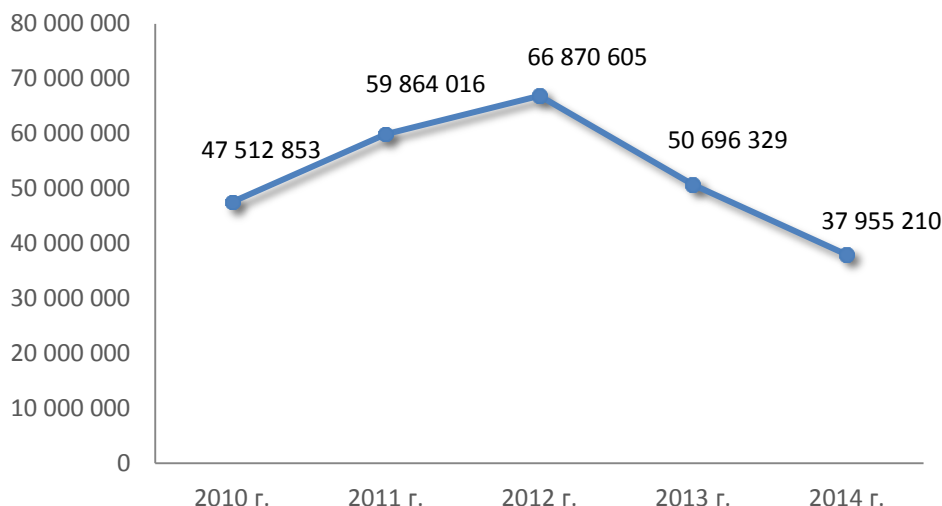


Намалява и броят на компаниите дарители – спад с 45% спрямо 2013 г, или в цифри – с 2 414 компании по-малко са декларирали направени дарения.

Фиг. 5: Брой на даренията от компании през 2014 г.



Фиг. 6: Размер на декларираните дарения пред НАП от компании за последните 5 години, в лева



Направените дарения от декларациите по чл. 92 от Закона за корпоративно подоходно облагане (ЗКПО) за 2014 г. са:

Показател Направени дарения в полза на групи юридически и физически лица ⁴	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	37 094 076 лв.
Получатели с код 02 Център „Фонд за лечение на деца“ Център „Фонд за асистирана репродукция“	283 832 лв.
Получатели с код 03 По реда и условията на Закона за меценатството	289 998 лв.
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	287 304 лв.

⁴ Групите лица са дефинирани в чл. 31 на ЗКПО

- **Как даряват компаниите?**

Проведеното през юли 2015 г. социологическо проучване на агенцията „Алфа Рисърч“ показва, че въпреки спада на дарените средства през 2014 г., бизнесът се опитва да поддържа своите общественозначими приоритети и сфери, като запазва проектите, които традиционно подкрепя, но намалява обема на финансиране.

С над 50% се увеличава нефинансовата подкрепа (на стоки и услуги) от бизнеса. Българска хранителна банка отчита ръст спрямо предходната година в получените дарения с храни от юридически лица – компании от хранителната индустрия, с обем за 2014 г. от 250 тона храни на стойност над 700 000 лв.

Проучването на „Алфа Рисърч“ показва и кои са трите водещи мотива според интервюираните, заради които компаниите правят дарения:

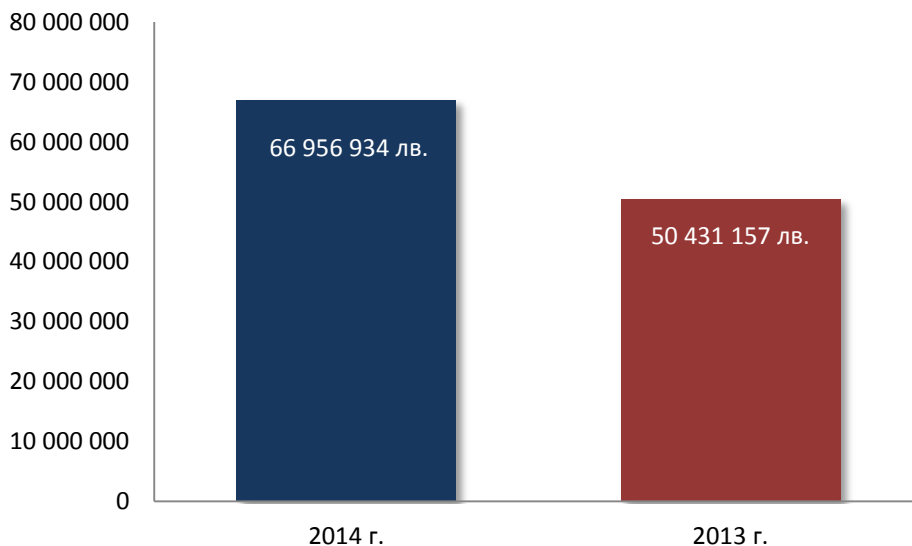
Фиг. 6: Основни мотиви на компаниите за даряване според хората



2. Фондациите са дарили 27 305 934 лв. през 2014 г.

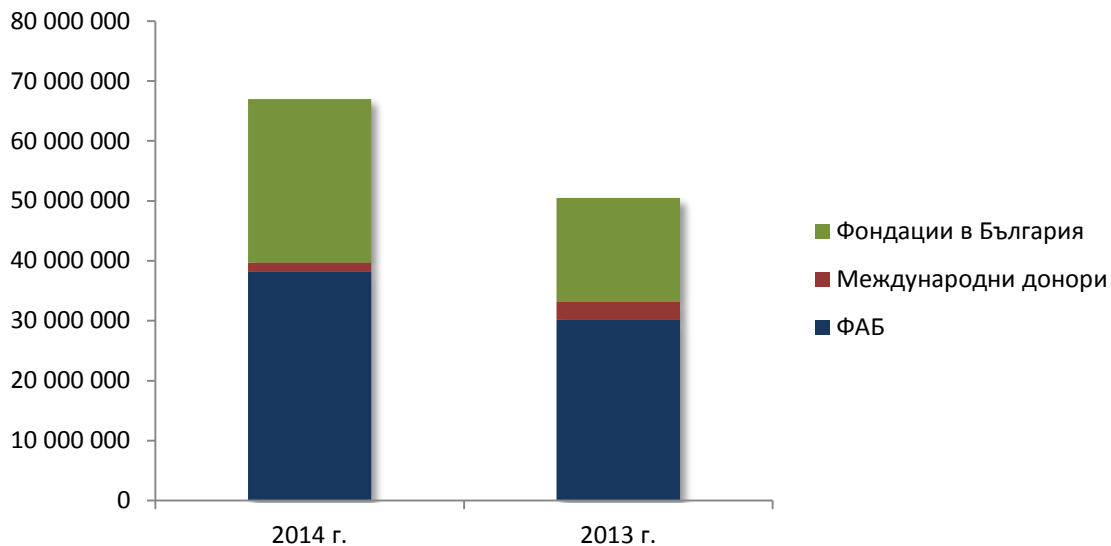
През 2014 г. даренията от фондациите регистрират увеличение с около 33% в сравнение с 2013 г.

Фиг. 7: Общ обем на даренията от фондации през 2014 г. спрямо 2013 г.



В общия размер на направените от фондациите дарения влизат даренията от фондация „Америка за България“ (ФАБ), международни донори и фондациите в България.

Фиг. 8: Обем на даренията от фондации през 2014 г. спрямо 2013 г.



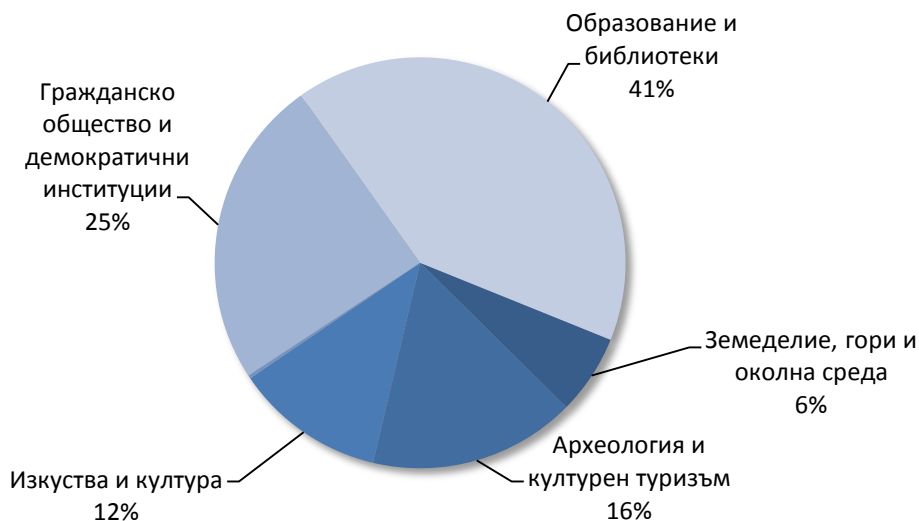
В кои сфери най-често инвестират българските фондации?

1. Социални дейности;
2. Образование и наука;
3. Човешки права и развитие на гражданското общество.
4. Хуманитарни нужди с оглед на събитията покрай наводненията и бежанците?

„Образование и библиотеки“ и „Гражданско общество и демократични институции“ са двете сфери с най-голям дял предоставено финансиране по проекти на ФАБ през 2014 г.

Финансовата подкрепа за проекти в социално-икономическата сфера се управлява от Тръста за социална алтернатива (ТСА), създаден от ФАБ. Предоставените средства по проекти от ТСА през 2014 г. са почти три пъти повече спрямо 2013 г.

Фиг. 9: Разпределение на предоставените грантове от фондация „Америка за България“ по приоритетни области през 2014 г.



Какви са тенденциите при даряването сред фондациите?

Развиването и прилагането на нови модели, иновативни стратегии и оперативни механизми е ключово за фондациите в България в т.ч. и по отношение на дарителските им програми. Цели се по-голяма прозрачност и проследимост на

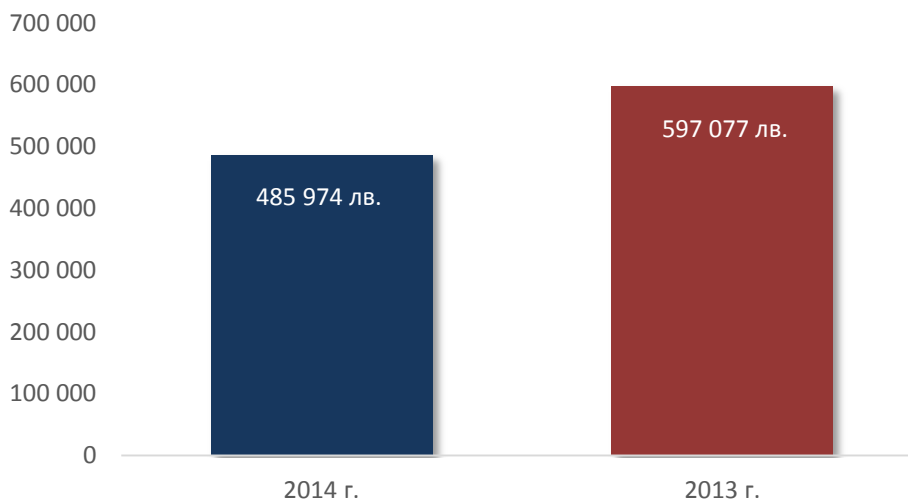
мобилизираните ресурси, въвличане на по-голям брой съмишленици – партньори и доброволци.

Необходимостта от развиването на капацитет в тази посока е в отговор на предизвикателната среда, в която те работят. Поради негативно и тенденциозно представяне в медийното пространство (кампанийно и от страна на определени медии), фондациите полагат усилия за възстановяване на имиджа си и общественото доверие. Работещ подход в това отношение са прозрачни механизми, повече достъпна комуникация за резултатите от тяхната работа, въвличане на различни хора в това число общественици и журналисти с консултативна роля за взимане на решения.

3. Едноличните търговци са дарили 485 974 лв. през 2014 г.

През 2014 г. даренията направени от едноличните търговци отбелязват спад с близо 19% спрямо 2013 г.

Фиг. 10: Обем на даренията от еднолични търговци през 2014 г. спрямо 2013 г.



На кого най-много даряват ЕТ?

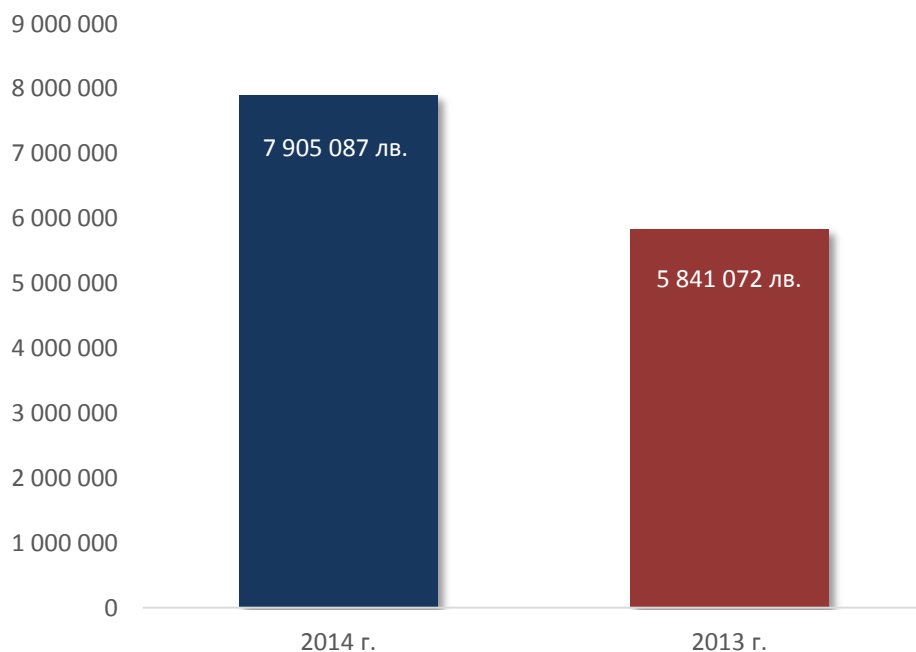
Запазва се тенденцията едноличните търговци да даряват на юридически лица от типа здравни и лечебни заведения, специализирани институции за предоставяне на социални услуги на деца и възрастни, детски градини, училища, университети, културни и образователни институции, НПО в обществена полза, Български Червен кръст, Уницеф. Специфично в избора на кауза или организация за

даряване сред едноличните търговци е обвързването с населеното място, където те оперират.

4. Физическите лица са дарили 7 905 087 лв. през 2014 г.

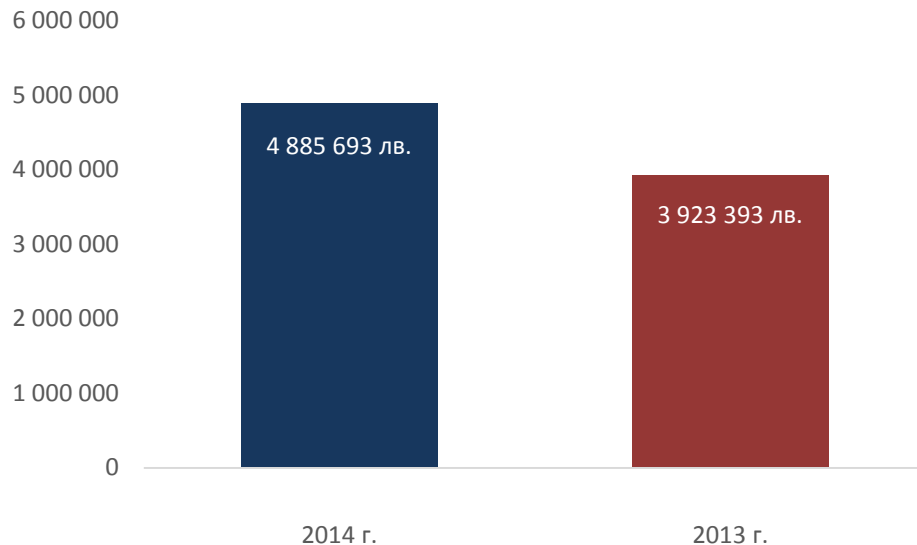
През 2014 г. се регистрира увеличение на обема от индивидуални дарения с над 35% спрямо 2013 г.

Фиг. 11: Обем на даренията от физически лица



По данни на НАП на база декларираните дарения през 2014 г. обемът на даренията от ФЛ нараства с над 24%, но намалява броят им - с 56% спрямо 2013 г.

Фиг. 12: Размер на даренията от физически лица по данни на НАП



Как даряват физическите лица?

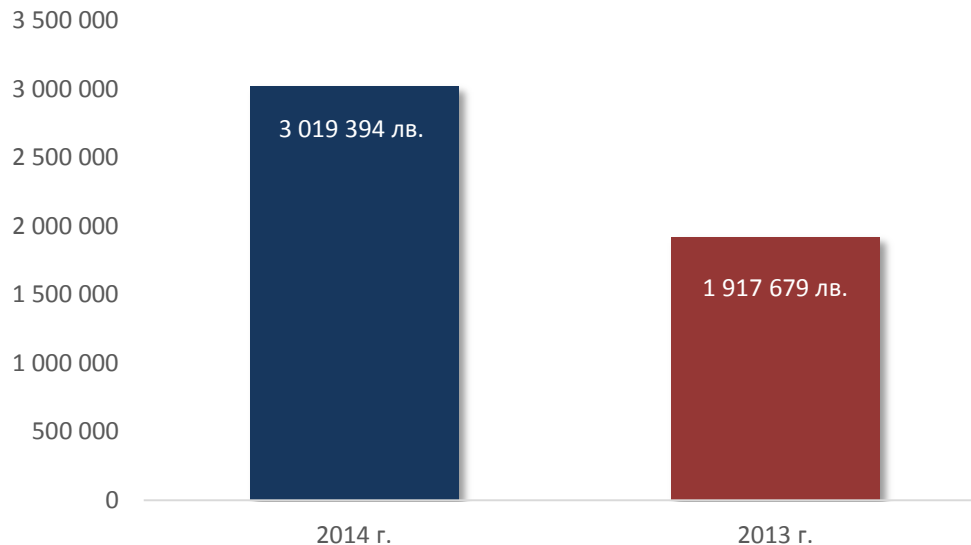
Според проучването на „Алфа Рисърч“ най-предпочитаният начин на даряване от физически лица е предоставянето на финансови средства чрез SMS.

Фиг. 13: Предпочитани начини на даряване през 2014 г.



Увеличаване на сумата от даренията чрез SMS и телефонни обаждания с над 57% спрямо 2013 г.

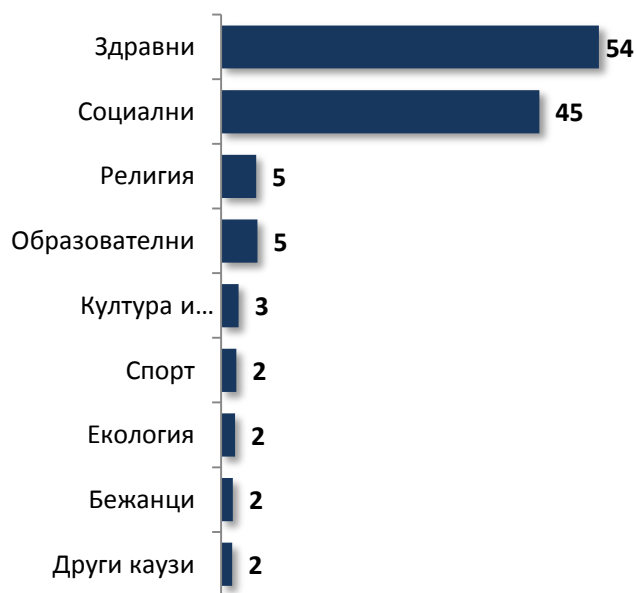
Фиг. 14: Дарения чрез SMS и телефонни обаждания



Какви каузи подкрепят физическите лица?

Интервюираните в изследването на „Алфа Рисърч“ посочват здравните и социалните каузи за най-предпочитаните за предоставяне на дарения. Голям обем дарения от физически лица са генерирани и за подкрепа на пострадалите в наводненията в страната.

Фиг. 15: Каузи, за които физическите лица даряват през 2014 г. (%)



Основните мотиви за даряване сред физическите лица са значимостта на каузата, емоционалната обвързаност и личното отношение на човека към конкретния проблем.

Фиг. 16: Основни мотиви за даряване сред физически лица през 2014 г. (%)



Съмненията за възможни злоупотреби със събраните средства, както и липсата на достатъчно информация за каузата, последващи прозрачност и отчетност са проблемите, с които най-често физическите лица – дарители се сблъскват при желание за даряване.

Фиг. 17: Проблеми пред дарителите - физически лица през 2014 г. (%)

