

ДАРИТЕЛСТВОТО: СРЕДА И ПРАКТИКИ

Насоки за работа на НПО



Този материал е разработен в рамките на Менторска програма за НПО, която Български дарителски форум реализира през 2022 и 2023 година в рамките на проект „Дарителски компас за устойчиви партньорства“, финансиран от „Фонд Активни граждани – България“

Съдържание:

За Български дарителски форум	1
Повече за Менторската програма за НПО	2
Обучители и участници	3
1. Дарителството в България	4
Колко се дарява и кои са дарителите?	5
Компаниите	6
Фондациите	7
Физическите лица	8
Проучване на дарителските нагласи	9
Мотивация на дарителите	10
2. Как даряват компаниите?	11
Мотиви за развитие на дарителски инициативи	12
Проблеми пред корпоративните дарители	13
3. Как дарителите взимат решение да подкрепят дадена кауза?	14
Задача за самостоятелна работа	16
Вместо заключение	17

За Български дарителски форум

Кои сме ние?

Български дарителски форум (БДФ) е създаден през 2004 г. и е организацията, която обединява и подпомага големите дарители (компании и фондации) в България. В мрежата в момента членуват 22 фондации, 20 компании и 10 наблюдатели или общо 52 члена.

Мисията на Български дарителски форум е да съдейства за формирането на положително отношение на обществото към дарителството, да развива благотворителността в България като работи за подобряване на средата за дарителство, да предоставя платформа за контакти между дарителите за обмен и съгласуване на дарителски политики и добри практики.

БДФ е член на [европейската мрежа на дарителските организации Philea](#).



За проекта “Дарителски компас за устойчиви партньорства”

Множеството кризи, породени от COVID-19 пандемията, войната в Украйна, наводненията и други природни бедствия, показваха, че хората, бизнесът и останалите големи донори се мобилизират в условия на форсмажорни обстоятелства, но след това енергията се изтощава и подкрепата рязко спада. Ето защо БДФ като експертна организация инвестира още повече усилия в подкрепа на по-добрата колаборация между гражданските и дарителските организации.

В рамките на проекта „Дарителски компас за устойчиви партньорства“, финансиран от Фонд „Активни граждани – България“ от една страна работихме в посока повишаване на капацитета на гражданските организации за намиране на съмишленици и дарители в новите условия. От друга страна подкрепяхме и развитието на капацитета на самите дарителски организации (фондации и компании), така че те не само да продължат да даряват, но да го правят осъзнали уроците, които кризите донесоха и прилагайки адекватни на новите нужди подходи: запазване на гъвкавост по отношение на сроковете за взимане на решения за подкрепа, ясно фокусиране на целите на дарителските програми, разширяване на обхвата на подкрепяните организации и др.

Повече за Менторската програма за НПО

За кого е и какво
съдържа?

През 2022 и 2023 г. БДФ организира три поредни издания на Менторска програма за НПО. Нейната цел беше да повиши капацитета на участващите организации в областта на партньорствата с бизнеса, фондонабирането и комуникациите.

Програмата бе отворена за участие на граждански организации от цялата страна със специален фокус върху по-малките НПО, които тепърва натрупват опит в областта на комуникациите, фондонабирането и партньорствата с бизнеса. При избора на организации се търсеше баланс както по отношение на експертизата и опита им, така и по отношение на населените места, в които те работят. За оценка на непосредствените нужди проведохме предварителна онлайн анкета със заявिलите интерес, за да подготвим програмата така, че да отговаря в най-голяма степен на потребностите.

Във всеки един от трите цикъла на програмата, които продължиха по около три месеца, се включиха различен брой организации – между 9 в първото издание и 17 в третото. **Общият брой на организациите, които станаха част от Менторската програма за НПО беше 39.**

Всеки от циклите на Менторската програма включваше провеждането на три **обучителни онлайн срещи** в рамките на половин ден. Отделно участниците можеха да заявят и **индивидуални менторски консултации** за по-дълбочинно обсъждане на конкретни техни проблеми и специфични теми. Между модулите участниците получаваха задачи за домашна работа, за да тренират на практика наученото и получаваха подробна обратна връзка от обучителите. Организациите, които бяха с много разнообразен профил, сфери на дейност и географско покритие, имаха възможност да споделят и обменят опит помежду си и да разкажат за успехите и трудностите си.

Темите на трите обучения съвпадат с темите на настоящите три издания с насоки за работа на НПО. Сега ви запознаваме с първото – на тема „Дарителството: среда и практики“.

Обучители и участници

Кои сме ние?



Теодора Бакърджиева
изпълнителен директор

Теодора е изпълнителен директор на БДФ. Има над 20 г. опит в НПО сектора. Била е част от екипите на фондация „С.Е.Г.А.“, „Работилница за граждански инициативи“, Фондация за общностно развитие, Българска хранителна банка. Има опит в инициативи за развитие на капацитета на граждански организации, както и като общностен фасилитатор, обучител по фондонабиране и оценител на проекти.



Боряна Кирилова
мениджър комуникации

Боряна е част от БДФ вече 17 г. Координира комуникациите и програмата "Научи се да даряваш", която от 7 г. обучава учители, деца и родители на гражданско участие и прилагане на ценностите на дарителството и доброволчеството. Преди това е била журналист – в БНР, в „Капитал“ и автор на свободна практика в редица издания, с интерес по теми, свързани с образование, уязвими групи, човешки права, медии, култура.

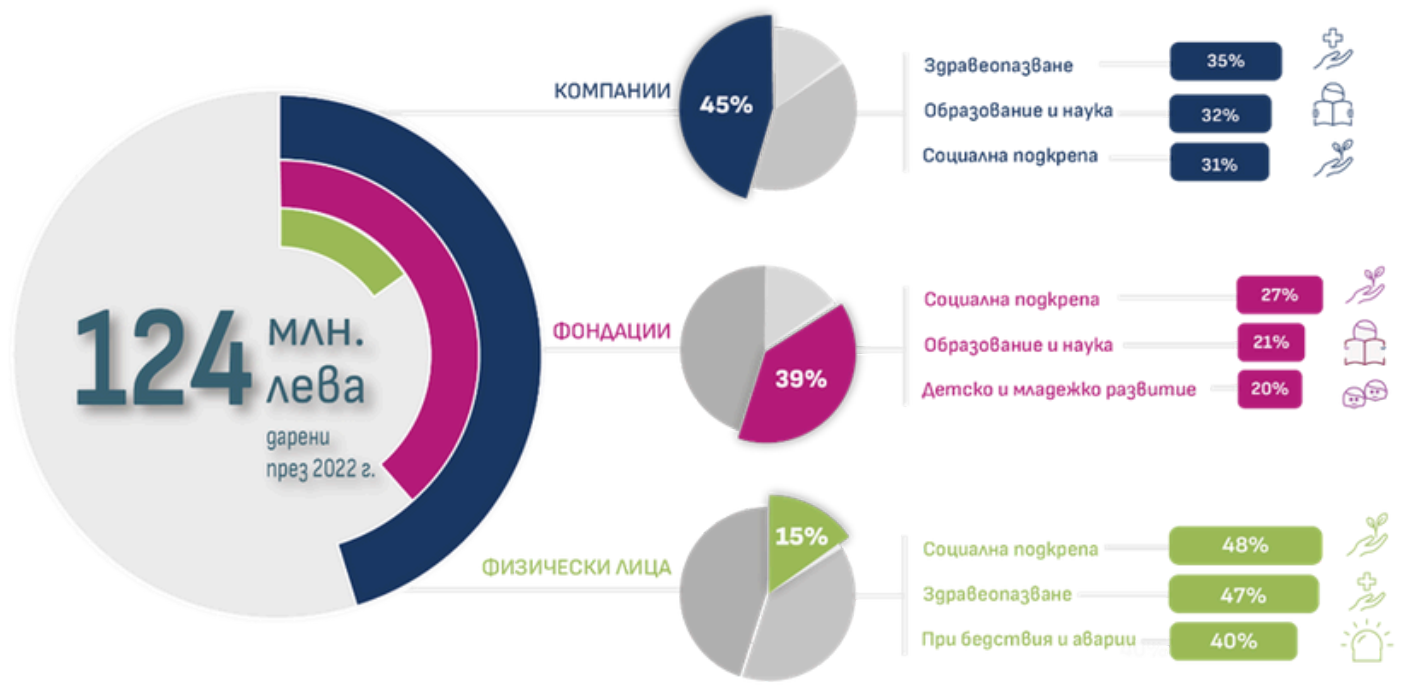


Теодора Петрова
мениджър проекти

Отговаря за проектите и комуникациите в БДФ. от 14 г. е в НПО сектора, като е била част от екипите на Национална мрежа за децата, Български фонд за жените и Дружеството за защита на птиците. Преди това е работила като журналист във в. "Стандарт", както и в корпоративния сектор, където се е занимавала с ПР и комуникации в международна компания и в рекламна и ПР агенция.

Сред областите, в които работят организациите, които се включиха в Менторската програма, са: социални услуги в подкрепа на деца, семейства, възрастни хора и такива със заболявания, опазване на природата и биоразнообразието, екология, гражданско участие и общностно развитие, младежки обмен и обучения, предприемачество, облагородяване на градската среда, взаимопомощ на хора с тежки медицински състояния, права на човека, популяризиране на местната култура и традиции, изкуство, кариерна ориентация на младежи, подкрепа на бежанци, прилагане на медиация за разрешаване на конфликти, кръводаряване, спорт и туризъм, както и много други.

Участниците в Менторската програма за НПО бяха от 18 различни населени места в България, включително от много малки градове и села.



Дарителството в България

1.

За да реализираме успешни партньорства и да привличаме устойчиви дарения, е важно да познаваме добре средата, в която съществуваме. Именно затова започваме менторския ни курс с обобщени данни от Годишните анализи на БДФ за дарителството.

Всяка година БДФ изготвя Годишен анализ на дарителството, който показва обема на даренията от компании, фондации и частни лица средства, както и нагласите на различните типове дарители, предпочитаните каузи, които те подкрепят и начините и механизмите за даряване, кито използват.

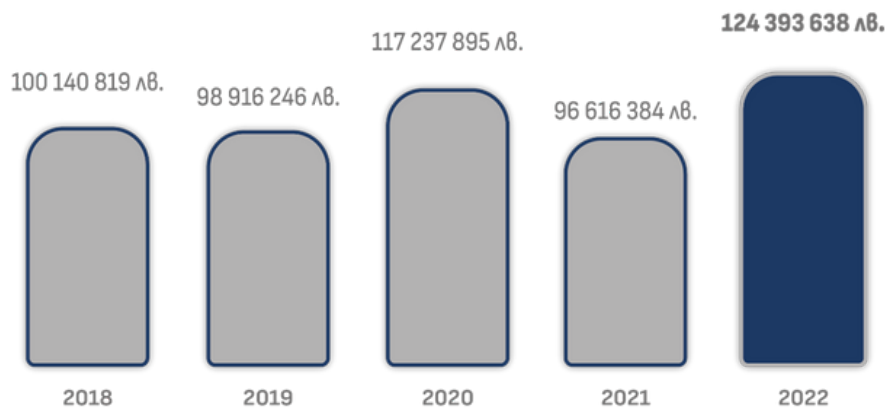
Анализът се основава на данни от Национална агенция за приходите за декларирани дарения от компании, еднолични търговци и физически лица,

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“; разширени въпросници до компании и фондации сред общността на дарителите в България; справка от трите мобилни оператора за даренията с обаждане и SMS и преглед на отчетите на съществуващите дарителски платформи в страната.

Колко се дарява?

Данни от Годишния анализ на БДФ

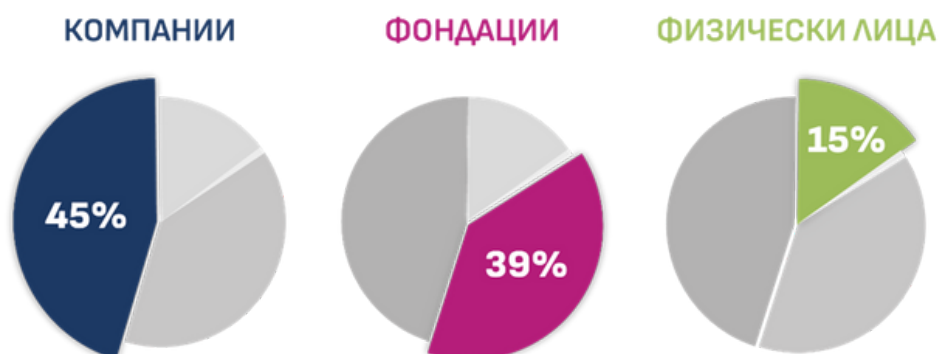
През последните години дарените в България средства са средно по около 100 млн. лв. на годишна база. Ето каква е динамиката през последните 5 години



Кои са дарителите?

Анализите на дарителството в България представят данни за дарени средства от три основни групи дарители:

- **Компании** - юридически лица, декларирани направени дарения съгласно Закона за корпоративно подоходно облагане;
- **Фондации** и други нестопански организации, регистрирани по Закона за юридическите лица с нестопанска цел - предоставили дарения съгласно годишните си финансови отчети;
- **Физически лица** – за декларирани дарения съгласно Закона за данъците върху доходите на физическите лица, направили дарения посредством дарителски SMS и обаждания, дарителски платформи.



Компаниите

Обем дарения: 56 265 306 лв.

През 2022 г. отбелязваме ръст от 10% или с 4,9 млн. лв. повече

Сфери на подкрепа: „Здравеопазване“ е сферата, която традиционно е подкрепяна най-често през последните години от компаниите. Сферата „Образование и наука“ изпреварва по популярност сферата „Социална подкрепа“ през 2022 г. Наблюдават се и редица примери на корпоративно дарителство, насочено към каузи, свързани с подобряване на достъпа до образование за всяко дете, качеството на формалното и неформалното образование, за постигане на високи научни резултати, за насърчаване на ученето през целия живот и други подобни.



Отвъд спешните ситуации като пандемията, войната в Украйна и природните кризи, компаниите все по-активно насърчават служителите си да участват в дарителски и доброволчески акции и практикуват различни начини, чрез които да стимулират това участие – допълнителни дни отпуск, бонус точки, публично признание във вътрешни канали и събития и т.н.



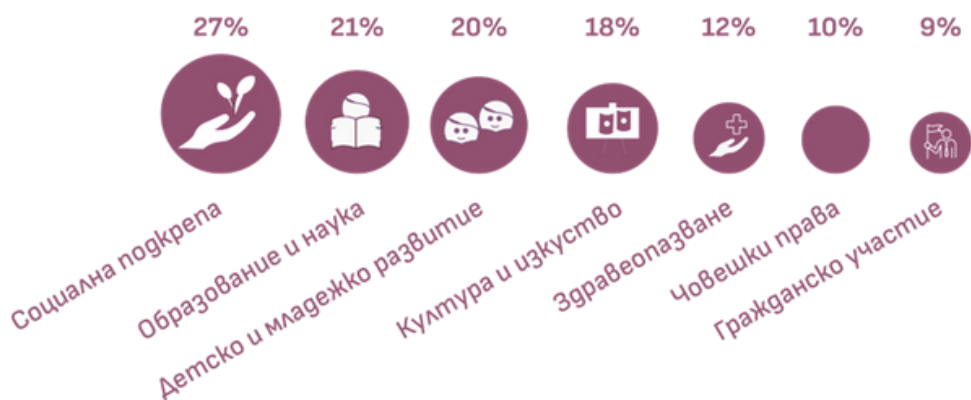
Фондациите

Обем дарения: 48 409 802 лв.

Даренията от фондации се нареждат на второ място след тези от компаниите - тенденция, която се затвърждава в последните години. Фондация "Америка за България" отново е водеща с най-голям обем предоставени средства.

Сфери на подкрепа: „Социална подкрепа“ и „Образование и наука“ са двете сфери, за които фондациите предоставят приоритетно дарителски ресурс. Ясно се открояват дарителски програми, които са насочени към детско и младежко развитие, където се поставя фокус на актуалните потребности за развитие и нуждата от подкрепа на деца, подрастващи и младежи.

И през 2022 г. – година с две ясно изразени кризисни ситуации – войната в Украйна, която предизвика и огромна хуманитарна криза, и наводнението в Карловско с десетки пострадали домакинства, фондациите имаха ключова роля за инициирането на фондове или директна подкрепа, благодарение на които бе осигурена финансова и материална помощ за най-силно засегнатите от кризите.



Физическите лица

Обем на даренията:
18 574 735 лв.

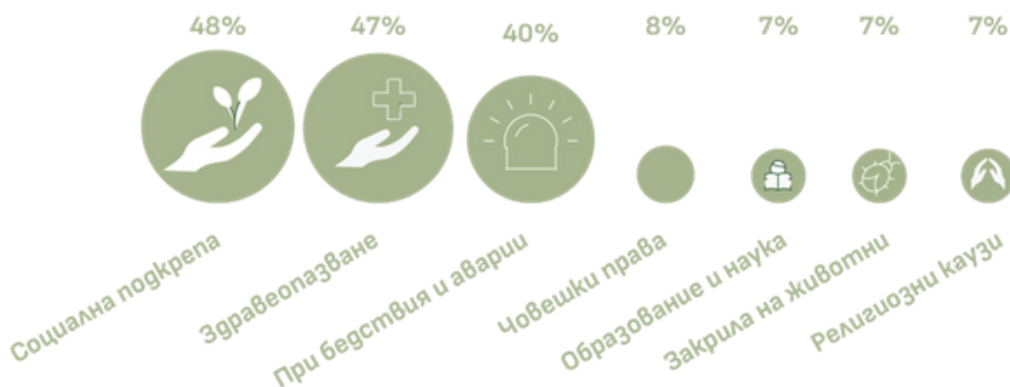
През 2022 г. индивидуалните дарения бележат ръст от 70%.

Сфери на подкрепа: Традиционно, в година с възникнали бедствия и форсмажорни обстоятелства, има ръст на дарявалите в отговор на спешни нужди и потребности. Това е естествената реакция на съпричастност към най-силно засегнатите и пострадали хора. Социалните и здравни каузи запазват водещо място. Има лек ръст на дарителите за човешки права.

Профил на дарителите: сред най-активните се открояват жителите на столицата и големите градове, високо образованите, жените, средните поколения (между 30 и 60 години).

23% от пълнолетните граждани заявяват, че са направили дарение за пострадалите от наводненията карловски села. Профилът им излиза отвъд този на обичайно активните дарители. Каузата е привлякла съпричастността на по-широк кръг хора, включително жители на по-малки населени места, млади поколения и мъже.

11,2% от българите са направили дарение за пострадалите от войната в Украйна само през първите три месеца от началото на руската агресия. Даренията са основно финансови и предметни.



Проучване на дарителските нагласи

Проведено от агенция
“Алфа рисърч”

Ключови наблюдения за индивидуалните дарители:

- Макар и с бавни темпове, продължава нарастването на дарителската активност сред българските граждани. За първи път в последните няколко години през 2022 г. даряващите са повече от тези, които не са подкрепили кауза (56% спрямо 44% през 2017 г.). Значителният ръст се дължи на големия процент хора, които са направили дарение за бежанците от Украйна, потърсили закрила в България, за пострадалите от наводненията в карловските села през изминалия септември, както и на дарителите за други актуални каузи през различни онлайн платформи и чрез дарителски SMS.
- Запазва се йерархията в типа дарения, като паричните регистрират лек ръст, предметните – лек спад, а даренията в труд спадат съществено. Предоставилите финансова подкрепа през 2022 г. са 78,7%. Освен финансови средства, българите правят и материални дарения (дрехи, одеяла, строителни материали, хранителни продукти) – 46,2% от респондентите. Доброволен труд са полагали 13,8%, като за сравнение в предходната година те са били 24%.
- Дарителството се извършва най-често директно към нуждаещите се (в 66% от случаите). Значителна част от даренията са именно такива, а даренията за каузи на граждански организации бележат спад (от 26,5% през 2021 г. на 19,3% през 2022 г.).
- Хората продължават да даряват веднъж или няколко пъти годишно, като процентът на тези, които даряват всеки месец, се запазва спрямо предходната година и е едва 3% от всички дарители.
- Запазва се и начинът, по който българите избират да даряват: дарителските кутии остават най-често използваният начин, следван от SMS дарения и закупуване на продукти с кауза.

Мотивация на дарителите

Малък остава делът на хората, които даряват, водени от желанието да ползват данъчни облекчения и декларират средствата. Това са едва 4,6% от българите.

Основните мотиви зад дарителския акт са свързани с желанието да се помогне и с личното отношение към конкретен проблем или човек в нужда. За по-малка част от дарителите мотивацията е следствие от тяхното възпитание и традиции в семейството, доверието към конкретна организация или финансовото благополучие.

Липсата на желание за дарение се обяснява с няколко фактора: на първо място хората посочват като пречка финансово затруднение, а повече от 20% изразяват съмнение, че със средствата им може да бъде злоупотребено.

Пълноценното информиране на дарителите за това как са изразходвани техните средства и какво е постигнато благодарение на подкрепата им, е тема, по която Български дарителски форум работи системно с НПО от цялата страна.

Както показва и проведеното от БДФ проучване, **дефицитът на информация,**



отчетност и прозрачност е сериозна пречка пред дарителите, а повече от 40% от тях регистрират липса на информация за разходването на дарението и липса на комуникация към тях от страна на получателите на дарения, след като е предоставена подкрепа. Това за пореден път потвърждава, че прозрачността, навременната отчетност и ясната комуникация са ключът към доверието в дарителството.



Как даряват компаниите?

2.

Бизнесът откликва на спешни нужди и подпомага хора и общности, пострадали от хуманитарни кризи, но в същото време, голяма част от компаниите с активна дейност вече даряват дългосрочно и стратегически.

Този извод налага проучване на социологическа агенция „Алфа Рисърч“, направено по поръчка на БДФ през 2022 г. сред **101 компании от различни сектори**. Проучването откроява ключови тенденции и практики в корпоративното дарителство у нас.

Най-активни в дарителската си политика са компаниите от ИТ сектора и телекомуникациите, търговските вериги и финансовите институции (банките).

Фирмите от сектори като строителство, хотелиерство, ресторантьорство и услуги по-рядко се ангажират с дарителски инициативи и проекти.

Типичният ангажиран корпоративен дарител е мултинационална компания с над 100 служители. Обикновено тя има дългосрочна стратегия за корпоративна социална отговорност (КСО) и отделен служител, ангажиран пряко с реализирането ѝ.

Мотиви за развитие на дарителски инициативи

Характерни за корпоративните дарители

- **Водещите мотиви** за реализиране на дарителски инициативи са пряко свързани със смисъла на самата кауза или възможността да бъде фактор за решение на даден проблем; добрата обосновка и предназначението на предоставените средства. Втората група мотивиращи фактори са свързани с по-устойчиви институционални практики, с изградени партньорства с граждански организации, с обвързаност на каузата със стратегията за КСО на компанията и с авторитета на обърналата се за подкрепа организация.
- **Източници на информация.** Когато търсят допълнителна информация за каузи, които да подкрепят, компаниите най-често се обръщат към четири основни източника: към партньори (45%), към своите служители (39%), приятели в сферата на НПО (36%), мрежови организации, в които членуват, като БДФ (31%). Значително по-рядко фирмите заявяват, че търсят информация от рекламни и ПР агенции или специализирани консултанти. Практиките на подобен тип комуникация са по-развити сред чуждестранните компании.
- **Какво даряват компаниите?** Те инвестират предимно чрез даряване на финансови средства (58%) и предоставяне на нефинансови дарения, материална подкрепа и вещи (52%). Все по-разпространено е и насърчаването на даряването на доброволен труд сред служителите (27%). По-рядко застъпено е предоставянето на финансови средства за реализиране на проекти чрез грантови програми (13%) и предоставяне на фондове на НПО (едва 3% от анкетираните).
- **Служителите също са важен и ценен ресурс** на компаниите в дарителските им инициативи. Близко 50% от служителите на компаниите в проучването участват в различни събития, 42% – с доброволен труд, 38% – с материални дарения, близо 35% предоставят експертна подкрепа за каузата, с която е обвързана компанията им, а 30% даряват от месечните си възнаграждения (дарителство от работното място).

Проблеми пред корпоративните дарители



Основните посочени от бизнеса предизвикателства са свързани с информационни дефицити и като резултат - липса на доверие – както към институциите и организациите, с които работят, така и към получателите на даренията. Но все пак добрата новина е, че през последните години доверието се увеличава.

Проблемите, които са посочени от бизнеса като най-съществени и които заслужават нашето внимание са:

- Недостатъчната информация относно надеждността на институциите и организациите, които подпомагат (40%);
- Недостатъчно ясните механизми за отчитане и доказване на даренията (38%);
- Макар в по-малка степен, сред изразените информационни дефицити се очертава и недостатъчната информация за нуждаещите се групи и техните потребности (25%), както и отчетността за вече реализираните дарения (23%).

Предизвикателство е и въпросът с данъчните облекчения. Въпреки че законовите предпоставки в други страни играят съществена роля, за да стимулират развитието на корпоративна дарителска култура, в България този аспект се явява по-скоро бариера за компаниите. Според всяка трета фирма облекченията не са достатъчни. Това отчасти обяснява и слабата мотивация на фирмите да даряват поради този фактор. Този проблем е артикулиран по-активно именно от по-големите чуждестранни компании, които вероятно се възползват по-активно от подобни облекчения в други страни.



Как дарителите взимат решение да подкрепят дадена кауза?

Въпросите, които си задават за каузата

3.

- Проблемът, за който търси подкрепа НПО-то важен ли е за мен, за моята компания, за моята общност и за цялото общество?
- Съответства ли на КСО политиката на нашата компания?
- Целта изпълнима ли е?
- Формулирано ли е ясно с какви социални/ екологични проблеми се бори организацията?
- Предлага ли се ясно решение на проблема?
- Как организацията планира да подобри ситуацията?
- Стъпките и методите адекватни и изпълними ли са?
- Дарените средства наистина ли ще доведат до разрешаване на проблема?
- Методите и подходите на работа на организацията водят ли до подобряване на ситуацията?
- Какви са предишните й постижения и проекти?

Въпросите за нашата организация

Какво проучват дарителите преди да ни подкрепят



- Познавам ли тази организация, чувал ли съм за нея?
- Ако не съм я чувал, мога ли да намеря лесно пълна, достоверна и прозрачна информация:
 - Има ли организацията собствен уебсайт?
 - Има ли профили в социалните медии?
 - Посочено ли е лице за контакт?
 - Мога ли да видя информация и снимки на екипа?
 - Показани ли са вече реализирани проекти?
 - Качен ли е в сайта Годишният отчет за дейността?
 - Посочени ли са предишни дарители и техни лога?
- Някой, който е авторитет в общественото пространство, подкрепил ли е организацията, станал ли е неин застъпник?
- Организацията има ли медийни участия и споделила ли ги е в сайта си и в социалните медии?
- Организацията дава ли редовен отчет за дейността си? Каква гаранция имам, че парите ми ще бъдат изразходвани за конкретната кауза и решаване на проблема, който е важен и за мен?
- Има ли на сайта на организацията истории, разказани от преките получатели на подкрепата или от други дарители?

Административен капацитет и отчетност

Задължително условие за
успешни партньорства



- Предоставя ли вашата организация следните документи за направеното дарение:
 - Договор за дарение;
 - Свидетелство за дарение;
 - Протокол за дарение.
- Има ли организацията свои профили и каузи в големите дарителски платформи - DMS Платформата, Платформата.бг?

Ако да, това означава, че каузата и организацията са били проверени и оценени като легитимни.

Задача за самостоятелна работа

Ако желаете да развиете знанията и уменията си в областта на привличане на дарители извън традиционното за НПО проектно финансиране и искате да развиете партньорства и да намерите финансова подкрепа сред бизнеса или от индивидуални дарители, можете да започнете с няколко първи стъпки. В следващите две части на разработените от БДФ насоки, ще откриете и още задачи за работа в екипа ви. Но като начало, започнете със следното:

- Подгответе представянето на вашата организация, така че дарителите да ви се доверят и да научат повече за дейността ви, успешните ви проекти, екипа ви, предишните ви дарители.
- Обновете сайта си и публикувайте редовно информация в социалните медии, за да информирате широката общественост и потенциалните дарители на успехите и резултатите от работата ви.
- Направите карта на потенциалните дарители за вашата организация.
- Обсъдете всички тези подготвени материали с екипа си. Допълнете приноса на своите колеги, за да се чувстват и те включени и оценени. Разпределете следващите задачи и определете отговорници и срокове за изпълнението им.
- Този тип комуникации за представяне на организацията ви и постоянно отчитане на резултатите от работата ви трябва да станат ежедневие и да ги правите редовно и осъзнато.

Вместо заключение

Тази първа част от общо три Насоки за работа на НПО, разработени от БДФ, постави фокус върху спецификите на дарителската среда в България. Надяваме се, че настоящите редове са ви били полезни в това да се ориентирате колко и от кого се дарява, какви са мотивите на хората, компаниите и фондациите да даряват. Също така засегнахме и темата за това какви са причините някои хора и фирми да не даряват. Така можем да опитаем да адресираме тези негативни представи и очаквания и да предприемем действия, за да изградим доверие у потенциалните дарители, за да ги спечелим за наши съмишленици и хора, които да ни подкрепят финансово или по други начини.



**Благодарим ви за вниманието
и ви пожелаваме успех!**

**Още полезни материали можете да намерите в рубриката
[Ресурси на сайта на Български дарителски форум](#)**



Този материал е разработен в рамките на Менторска програма за НПО, която Български дарителски форум реализира през 2022 и 2023 година в рамките на проект „Дарителски компас за устойчиви партньорства“, финансиран от „Фонд активни граждани – България“

Iceland 
Liechtenstein
Norway **Active
citizens fund**