



Дарителството в България през 2015 г.

Проучване и анализ на
Български дарителски форум

Дарителството в България през 2015 г.

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

Съдържание

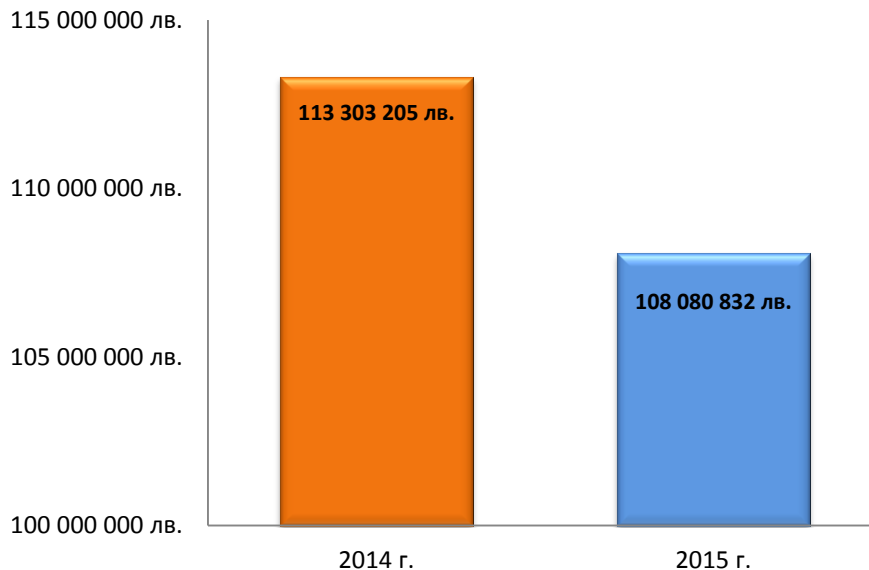
Обща картина на дарителството в България през 2015 г.	2
Колко са дарените средства?	2
Кои са дарителите?	2
Каква е средата за развитие на дарителството?	4
Подробно представяне на данните от изследването на дарителски практики и нагласи към дарителството в България през 2015 г.	5
1. Фондации	5
2. Компании.....	7
3. Физически лица	10
4. Еднолични търговци	14
Темата за дарителството в медиите през 2015 г.	16

Обща картина на дарителството в България през 2015 г.

Колко са дарените средства?

Общата дарена сума от фондации, компании, еднолични търговци и физически лица през 2015 г., е **108 080 832 лв.** Спрямо 2014 г. се отчита спад в общия обем на даренията с 5% (или с 5,2 млн. лева в абсолютна стойност).

Фиг. 1: Общ обем на даренията в България през 2015 г. в сравнение с 2014 г.



Кои са дарителите?

Общността на частните дарители включва следните основни групи: фондации (чуждестранни и български), компании, които инвестират в каузи и организации в България, еднолични търговци (ЕТ) и физически лица – индивидуални дарители, които с различни механизми даряват средства в подкрепа на каузи.

Фондациите:

- **Обем дарения: 54 814 138 лева**
- **Сфери на дарителство:** социална подкрепа, образование, култура и изкуство, човешки права.

За втора поредна година фондациите са най-големите дарители в страната. До 2013 г. водещи дарители бяха компаниите. Общата сума, дарена от български и чуждестранни фондации, в т.ч. и от фондация „Америка за България“, е **54 814 138 лева**, което формира почти 51% от общия обем дарения през годината. Това е спад с 16% на дарените средства от тях средства, сравнено с предходната година.

- **Тенденции**

Големите дарителски фондации в страната запазват традиционните си програми и проекти, както и сферите на подкрепа. Въпреки че все още за страната ни не е обичайна практика, TELUS International създаде корпоративна фондация, което е положителна тенденция, защото демонстрира дългосрочен ангажимент на компанията към обществото, чрез модел на изнасяне на корпоративното дарителство във фондация.

Темата за социалното предприемачество продължава да е популярна сред фондациите и те инвестират в програмите си, насочени към обучения и подкрепа за социални предприемачи. Фондациите остават основните, които подкрепят проекти в сферите на човешките права и демокрацията.

Компаниите:

- **Обем дарения: 46 376 816 лева**
- **Сфери на дарителство:** образование, социална подкрепа, спорт и екология

Компаниите през 2015 г. са дарили: 46 376 816 лева. Това е ръст на дарените суми с 22%, в сравнение с предходната година, но същевременно с 8% е намалял броят компании, декларирали дарения през годината. Запазва се тенденцията компаниите да подкрепят неправителствени организации, както и специализирани институции за предоставяне на социални услуги на деца и възрастни, детски градини, училища, специализирани болнични заведения, Български Червен кръст и УНИЦЕФ България.

- **Тенденции**

В последните години компаниите инвестират значително в сферата на образованието през различни механизми – директна подкрепа през стипендии, подкрепа на иновации в училища и университети, инициативи на граждански организации, свързани с въвеждане на нови подходи в образователната система, обучения на учители. През 2015 г. VIVACOM създаде програмата „Регионален грант“ за подкрепа на малки местни инициативи. Рядко компании избират да инвестират в обществото през темата за местни общности и това отличава техния избор. Сред част от компаниите в страната се наблюдава тенденция да инвестират в каузи и развитие, без да търсят стратегически партньорства и с увереност, че няма нужда да споделят управлението на проекта си с външни партньори, защото имат собствено виждане за модела и механизмите на подкрепа.

Физическите лица:

- **Обем дарения: 6 379 704 лева**
- **Сфери на дарителство:** здравна, социална подкрепа, екология

Индивидуалните дарители са дарили **6 379 704 лева**. По данни на НАП и мобилните оператори през 2015 г. се наблюдава спад в декларираните суми с 19% спрямо 2014 г.

Тенденции Сред основните мотиви за даряване при физическите лица са значимостта на каузата и личното отношение към конкретен проблем. Според допитване на „Алфа Рисърч“ по поръчка на БДФ за нагласите към дарителството, хората все повече подкрепят каузи, които имат ясно определена обществена полза. Предпочитаният начин за даряване сред физическите лица остава изпращането на дарителски SMS (75% от допитаните при 63% за 2014 г.). Единният дарителски номер DMS 17 777 се разшири с нови механизми за дарение – онлайн и със SMS абонамент. Това е възможност едновременно за дарителите да ползват нови и по-лесни механизми за подкрепа, както и за организациите, които набират средства за своите каузи. В рамките на 2015 г. с новите механизми са набрани 99 766 лв. Наблюдава се и ръст (от 4,5%) сред хората, които избират да закупят стоки, чрез чиято продажба се подкрепя кауза или организация.

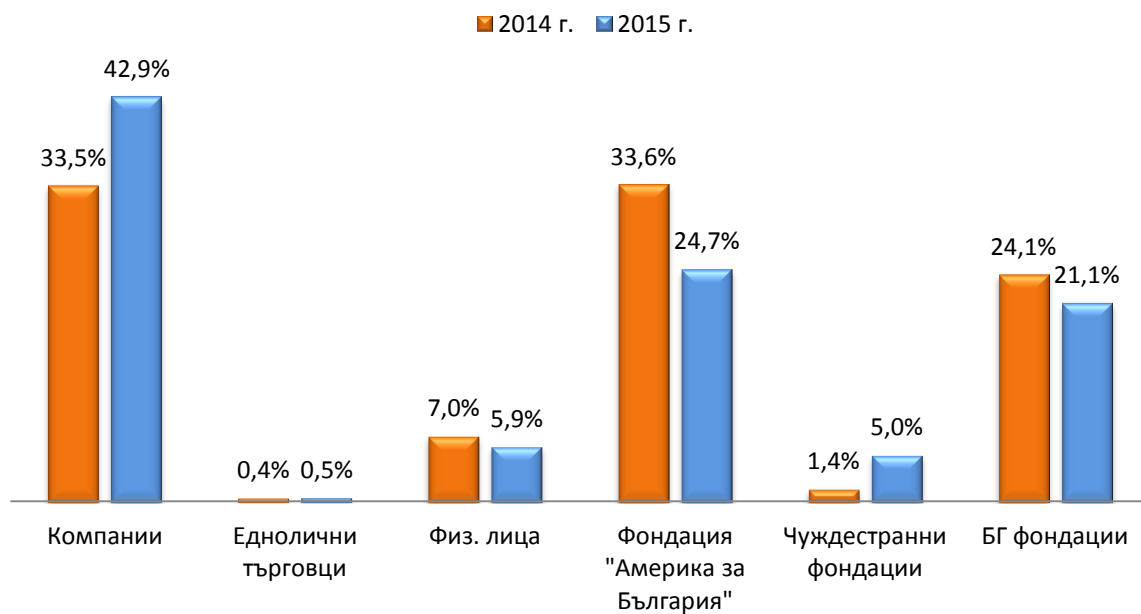
Едноличните търговци:

- **Обем дарения: 510 174 лева**
- **Сфери на дарителство:** граждански организации, здравна и социална подкрепа

По данни на НАП през 2015 г. се наблюдава ръст с 5% на сумите на декларираните дарения от ЕТ спрямо 2014 г., но има спад с 13% спрямо 2014 г. на броя дарители – еднолични търговци, декларирали дарения през годината. Запазва се тенденцията те да подкрепят НПО, здравни и лечебни заведения и други специализирани институции. Двойно повече спрямо предходната година са дарените суми за центровете „Фонд за лечение на деца“ и „Фонд за асистирана репродукция“.

Обобщено представяне на дарените средства по основни източници:

Фиг. 2: Съотношение на дарените средства по източници спрямо общия обем дарения през 2014 и 2015 г.



Каква е средата за развитие на дарителството?

През 2015 г. въпреки положените усилия няма постигнати промени в регулацията, които да поощряват дарителите или да признават техните усилия.

Остават нерешени теми и все още е актуална необходимостта от законодателни промени в следните полета: регламентиране на доброволчеството, единни ставки за данъчните облекчения, ДДС върху даренията на храни и стоки, неефективната процедура за разпределение на средства за общественополезна дейност, заложен в Закона за хазарта, както и неработещата лотария, регламентирана в Закона за меценатството, а също и продължаващото отсъствие на имената на дарителите в медиите.

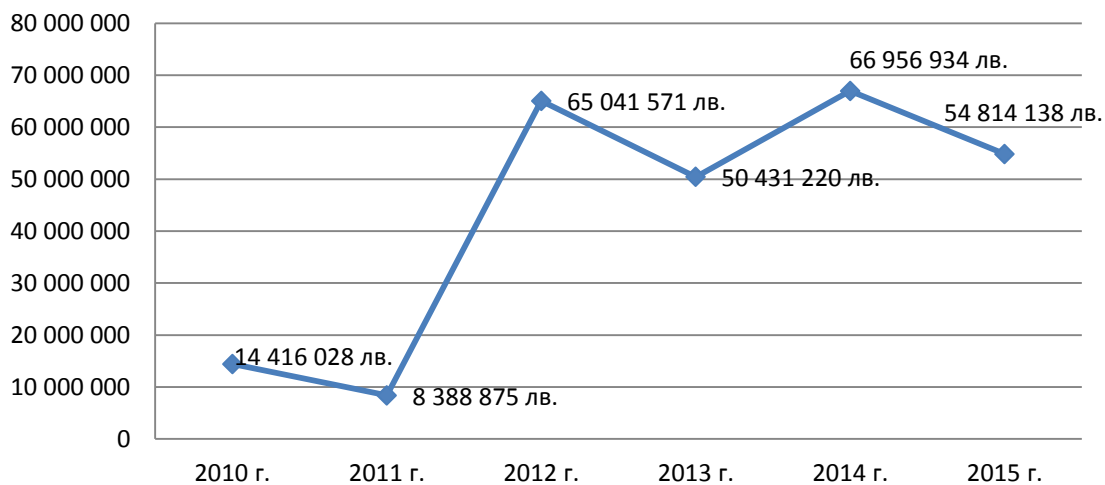
Подробно представяне на данните от изследването на дарителски практики и нагласи към дарителството в България през 2015 г.

1. Фондации

1.1. Размер на даренията

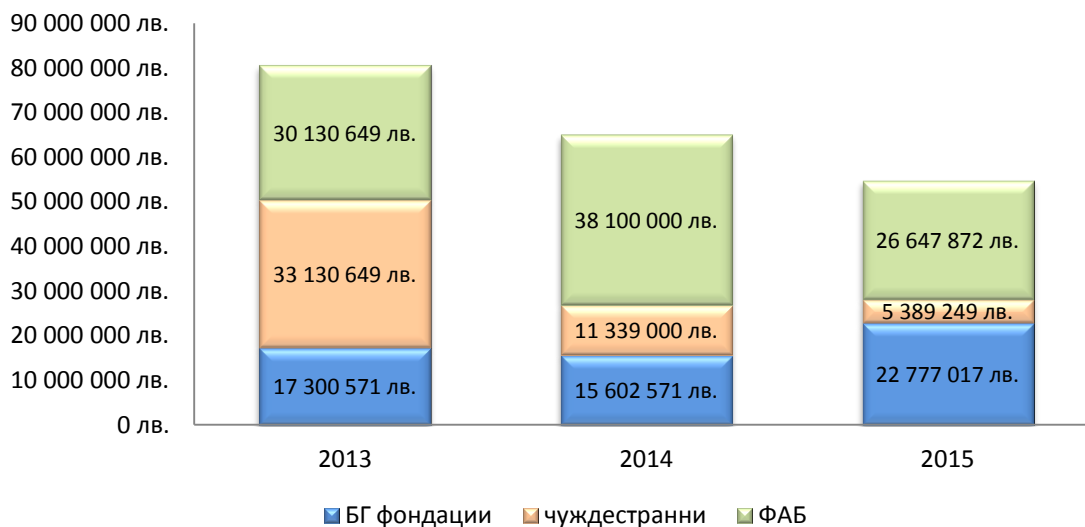
Общата сума дарения от фондации през 2015 г. е **54 814 138 лева**, като за втора поредна година те даряват повече от компаниите в България. Обемът се формира от инвестициите, направени от български фондации и чуждестранни фондации, които предоставят финансиране в България. Спрямо 2014 г. се отчита спад с 18% на дарените суми от фондациите.

Фиг. 6: Графика на общия обем дарения от фондации за последните 6 години



В последните три години се забелязва намаляване на предоставените от чуждестранните фондации средства, докато българските регистрират увеличение в тази посока.

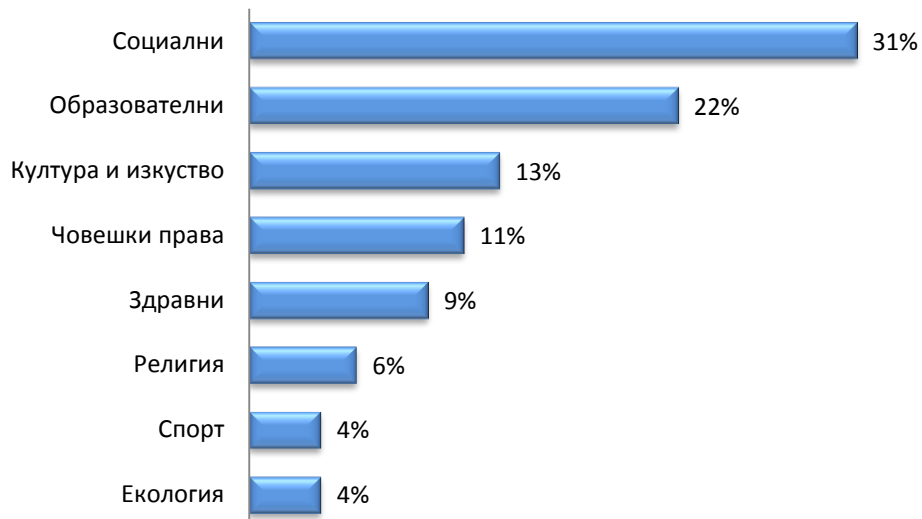
Фиг. 7: Дарени средства от български и чуждестранни фондации и фондация „Америка за България“ за последните 3 години



1.2. Сфери на подкрепа от фондациите

Проучването на БДФ за сферите на подкрепа от страна на фондациите показва запазване на тенденцията фондациите предимно да инвестират в социални и образователни каузи. Често програмите/проектите, които фондациите самостоятелно реализират или подкрепят посредством партньорства с други НПО, компании или институции включват и социален, и образователен елемент. По този начин се цели интегриран подход за постигане на промяна, респ. по-голям ефект от инвестираните средства.

Фиг. 8: Сфери на подкрепа от фондациите през 2015 г.

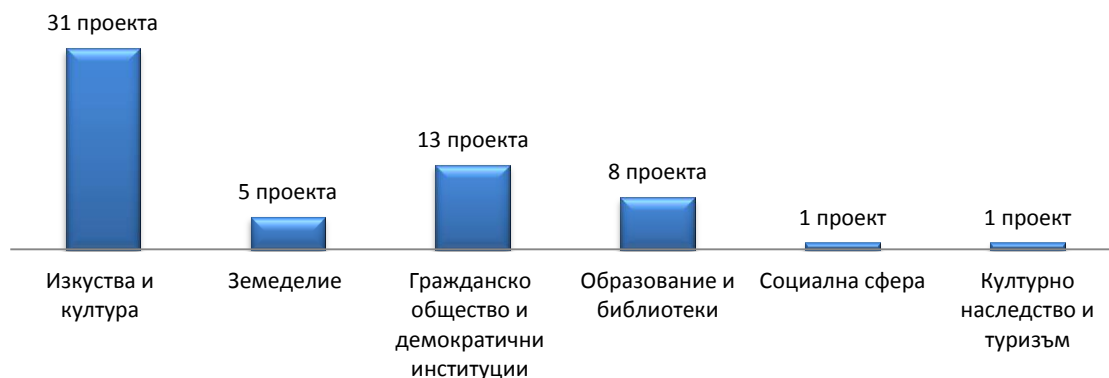


Фондациите инвестират изключително много и в развитие на капацитета на НПО, включително и за ефективно набиране на средства и мобилизиране на допълваща подкрепа.

1.3. Фондация „Америка за България“

Общият брой на одобрените проекти през календарната 2015 година от Фондация „Америка за България“ е 59.

Фиг. 9: Разбивка по приоритетни области на одобрените проекти през 2015 г. от Фондация „Америка за България“



Общо отпуснати средства (в български лева) през календарната 2015 година по одобрени проекти (включително и такива, които са стартирали в по-ранна година, но имат финансиране през 2015) от Фондация „Америка за България“ са 25,829,065 лв.

Фиг. 10: Разбивка по приоритетни области на общата стойност на одобрените проекти през 2015 г. от Фондация „Америка за България“;



През 2015 г. Фондация „Америка за България“ е предоставила дарения и за други благотворителни инициативи в размер от 818 807 лв.

Цялостната подкрепа и предоставените средства от фондация „Америка за България“ през 2015 г. е в общ обем от: **26 647 872 лв.**

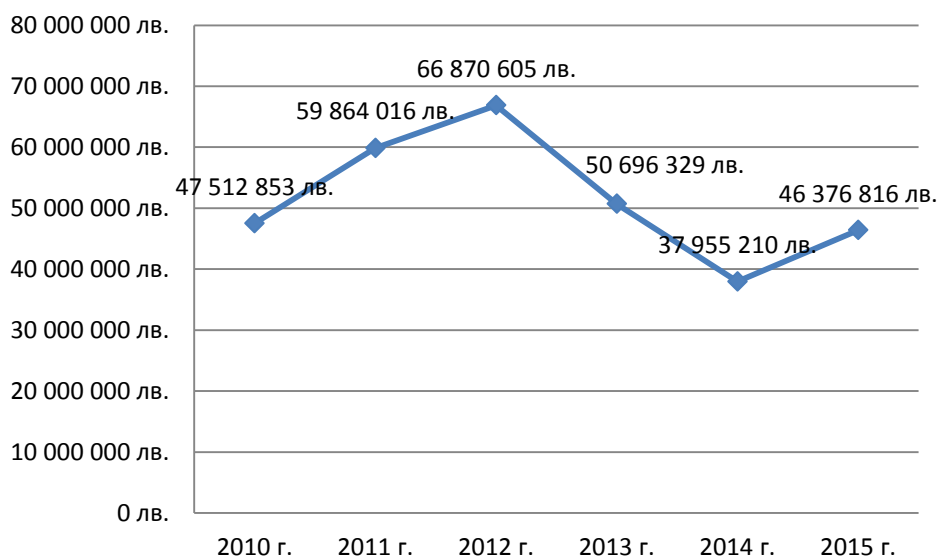
2. Компании

2.1. Размер на даренията

През 2015 г. компаниите са дарили общо **46 376 816 лв¹**. След спада в дарените от компании средства в последните две години (2013 и 2014) през тази година се наблюдава отново леко увеличение. Спрямо 2014 г. се регистрира **22% ръст** в декларираните дарения от компаниите в България.

¹ Съгласно справка от НАП за декларираните дарения в годишната данъчна декларация по ЗКПО през 2015 г.

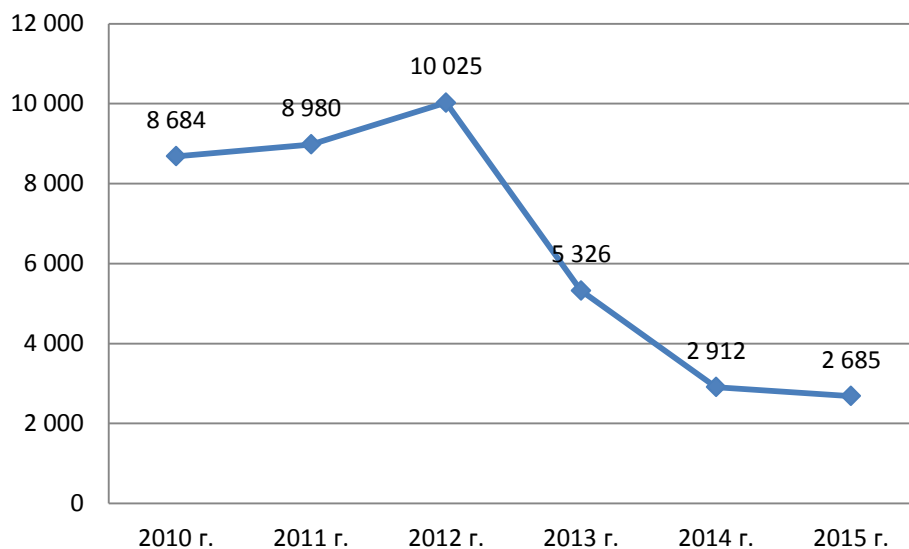
Фиг. 11: Графика за обема на даренията от компании за последните 6 години



2.2. Брой дарители

Увеличението в сумите дарени средства от компаниите в България през 2015 г. не е обвързано с броя компании, декларирани дарения. Фирмите обявили дарения през изминалата година са **2 699**. Спрямо 2014 г. се регистрира **спад със 7% на компаниите**, декларирани дарени средства.

Фиг. 12: Графика за броя компании, декларирани дарения за последните 6 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. 13: Справка за направени дарения от декларациите по чл. 92 от ЗКПО за 2014 и 2015 г.

Показател	2015		2014	
	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)	2 646	46 123 908	2 836	37 094 076
Получатели с код 02 Център „Фонд за лечение на деца“ Център „Фонд за асистирана репродукция“	16	92 950	27	283 832
Получатели с код 03 По реда и условията на Закона за меценатството	6	119 513	26	289 998
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	17	40 445	23	287 304
Общо:	2 685	46 376 816	2 912	37 955 210

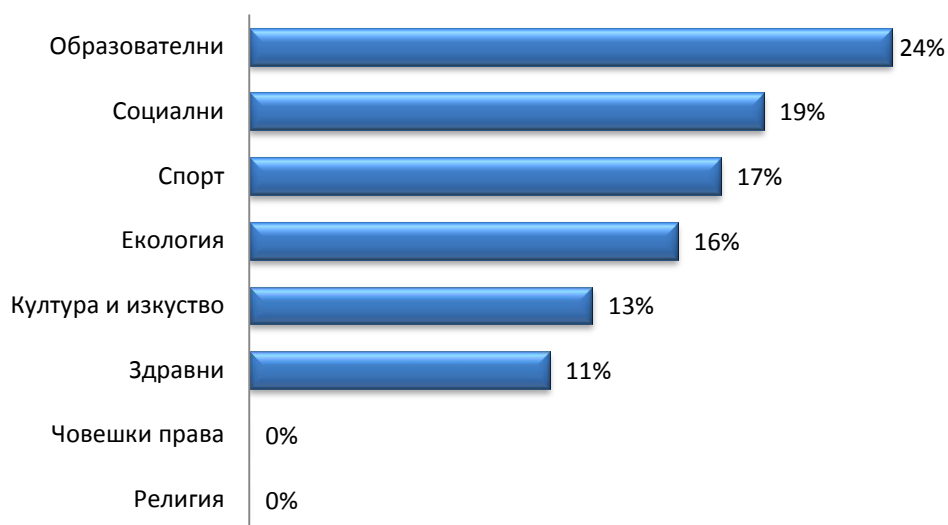
През 2015 г. 190 компании по-малко спрямо 2014 г. са декларирали дарения в подкрепа на лица с код 01, но за сметка на това дарените суми са с 22% повече спрямо предходната година. При даренията в полза на центровете „Фонд за лечение на деца“ и „Фонд за асистирана репродукция“ се отчита по-малък брой дарители, респ. по-малка сума дарени средства (283 832 лв. през 2014 г., 92 950 лв. през 2015 г.). Даренията по реда на Закона за меценатството през 2015 г. също имат спад спрямо 2014 г. при съществено по-малък брой компании, декларирали подкрепа.

2.4. Области на даряване

Проучване на БДФ за сферите на подкрепа от страна на компаниите посочва, че образователните каузи са най-голям приоритет за инвестиране (22% от компаниите подкрепят инициативи или програми, които са дефинирани като образователни). Социалните каузи в т.ч. подкрепа за крайно уязвими групи са приоритет сред 19% от проучените компании. За човешки права и религия компаниите не са дарявали през 2015 г. Това е принципна тенденция в

корпоративното дарителство – компаниите традиционно се въздържат от инвестиции в тези области.

Фиг. 14: Сфери на подкрепа от страна на компаниите според проучване на БДФ за 2015 г.



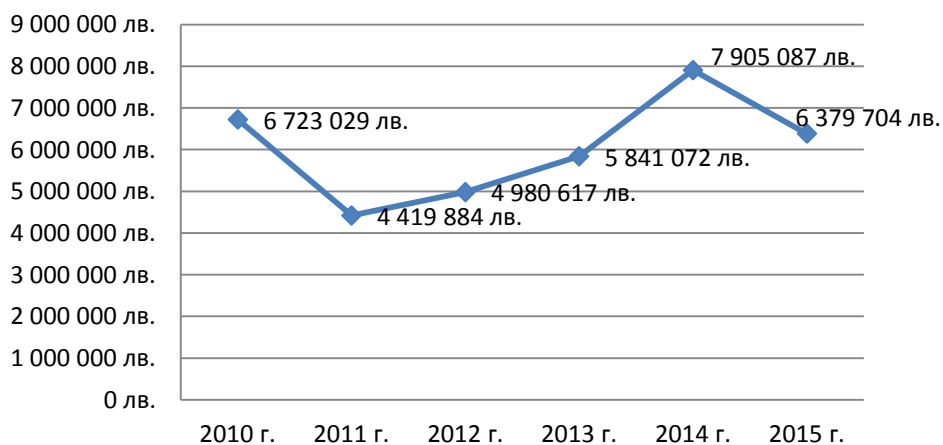
Анализите на БДФ относно практиките и нагласите към дарителството в последните години потвърждават тезата, че компаниите продължават подкрепят каузи, които са политически неутрални. Международните компании обикновено са приели свои дългосрочни програми за корпоративна социална отговорност и фокусират консенсусни за обществото теми, които сравнително по-лесно се комуникират и имат по-голям успех за привличане на допълваща подкрепа. Компаниите инвестират все повече в образователни каузи.

3. Физически лица

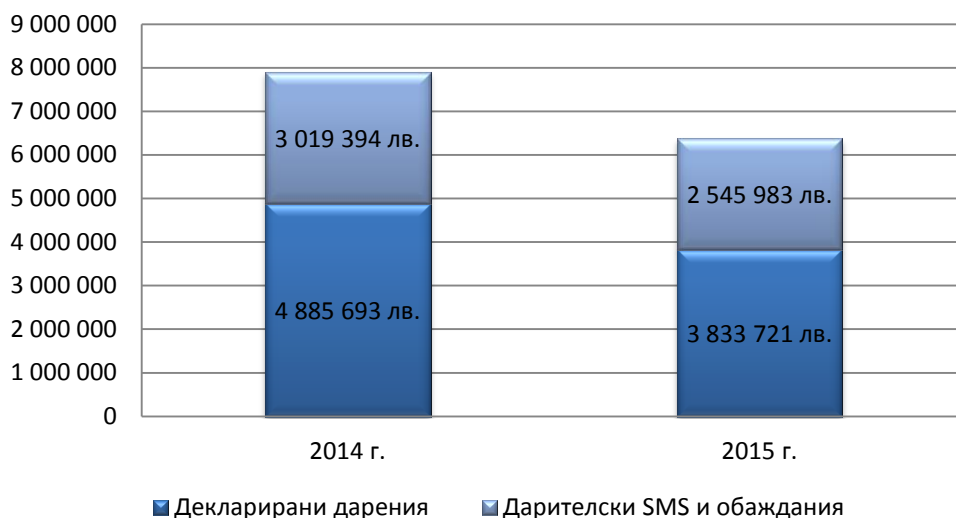
3.1. Общ размер на дарените средства от физически лица

През 2015 г. общият размер на финансовите дарения от физически лица е **6 379 704 лв.** Обемът се формира от декларираните данни от физическите лица пред НАП и дарителските обаждания и SMS по данни от мобилните оператори. Спрямо 2014 г. се регистрира **спад от 19%** в дарените суми от физически лица.

Фиг. 15: Графика на дарените финансови средства от физически лица в последните 6 години



Фиг. 16: Обем дарени средства с дарителски SMS и обаждания и декларирани дарения от физически лица през 2014 г. и 2015 г.



3.2. Дарения от физически лица по данни на НАП

Съгласно справка от данъчните декларации по чл. 50 от ЗДДФЛ за 2015 г. сумата на направените дарения е 3 833 721 лв., което е 22% по-малко спрямо дарените средства през 2014 г. (4 885 693 лв.). През 2015 г. 2 728 физически лица са декларирали дарения, докато през 2014 г. техният брой е бил 2 764 (или с 36 човека повече).

По отношение на получателите на даренията (юридически и физически лица) нормативната рамка отново дефинира същите 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 2015 г. сочи относително запазване на броя физически лица, декларирали дарения към трите основни групи. Спад в дарените средства спрямо 2014 г. се регистрира към получатели и от трите групи:

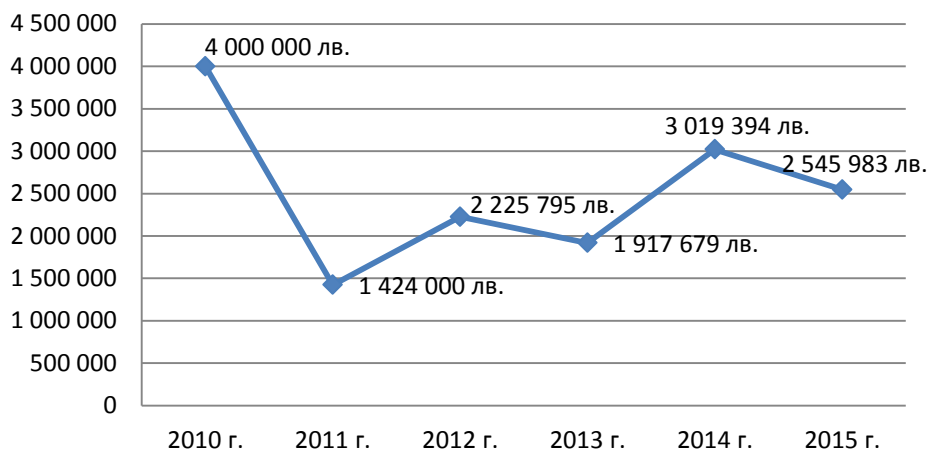
Фиг. 17: Брой физически лица, направили дарение, и суми на даренията за 2014 г. и 2015 г. по данни на НАП

Показател	2015		2014	
	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	2 365	3 732 760	2 360	4 493 472
Получатели с код 02 Център „Фонд за лечение на деца“ Център „Фонд за асистирана репродукция“	65	52 5050	102	342 143
Получатели с код 03 По реда и условията на Закона за меценатството	298	48 456	302	50 078
ОБЩО:	2 748	4 189 803	2 764	4 885 693

3.3. Дарения с дарителски SMS-и и обаждания

Справка от трите мобилни оператора в страната (Mtel, Telenor, VIVACOM,) сочи намаляване на даренията от физически лица с дарителски SMS и обаждания. През 2015 г. с дарителски SMS и обаждания са дарени **2 545 983 лв.** В сравнение с 2014 г. се регистрира **спад от 16%**.

Фиг. 18: Графика на дарените суми чрез дарителски SMS и обаждания за последните 6 години

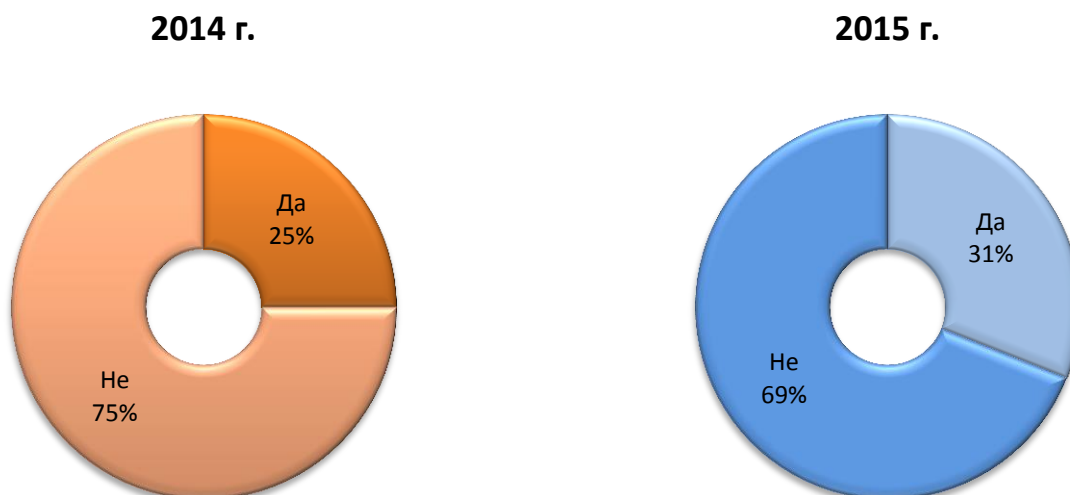


С дарителските номера се подкрепят инициативи като: „Българската Коледа“, кампании на Министерство на отбраната и Министерство на вътрешните работи в помощ на деца на пострадали и загинали техни служители по време на служебен дълг, кампании на УНИЦЕФ България, фондация „И аз мога“, SOS Детски селища,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

3.4. Обществено проучване за дарителски практики и нагласи към дарителството

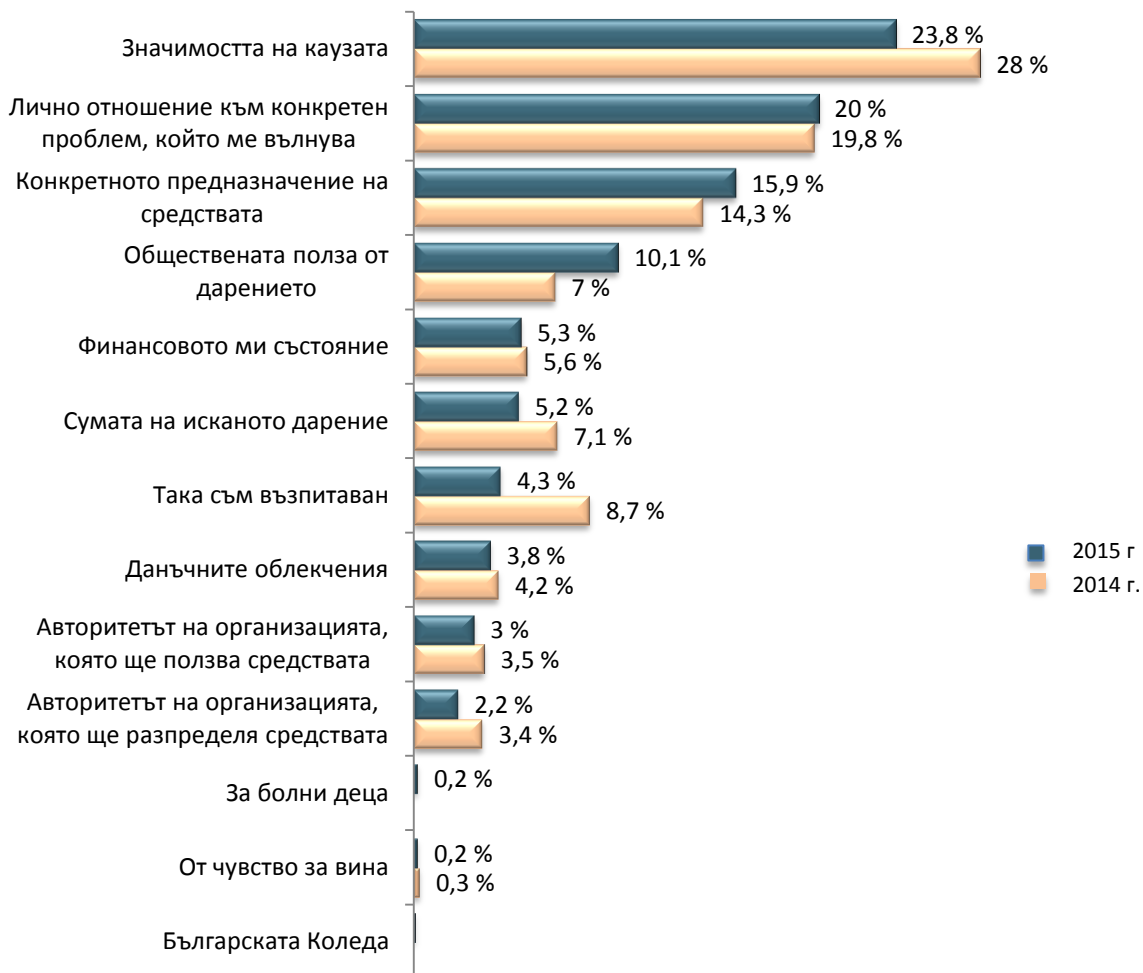
За целите на анализа на дарителството, по поръчка на БДФ, „Алфа Рисърч“ проведе представително проучване за нагласите сред хората през 2015 г. В сравнение с проучването през 2014 г. се отчита ръст от 6% сред хората, които споделят, че са дарявали средства през годината.

Фиг. 19: Съотношение между броя хора, потвърдили че са дарили средства, и тези, които не са дарили през 2014 г. и 2015 г.



Най-силните мотиви за индивидуалните дарители са значимостта на каузата и личното, емоционално обвързване с конкретен проблем/кауза. Впечатление прави, че през 2015 г. повече хора обръщат съзнателно внимание на ползата от даряването и очаквания ефект.

Фиг. 20: Основни мотиви за хората да даряват през 2014 г. и 2015 г.



Фиг. 21: Приоритетни каузи за подкрепа от страна на хората през 2015 г.



Фиг. 22: Предпочитани начини на даряване през 2015 г.



Фиг. 23: Проблеми пред индивидуалните дарители през 2015 г.

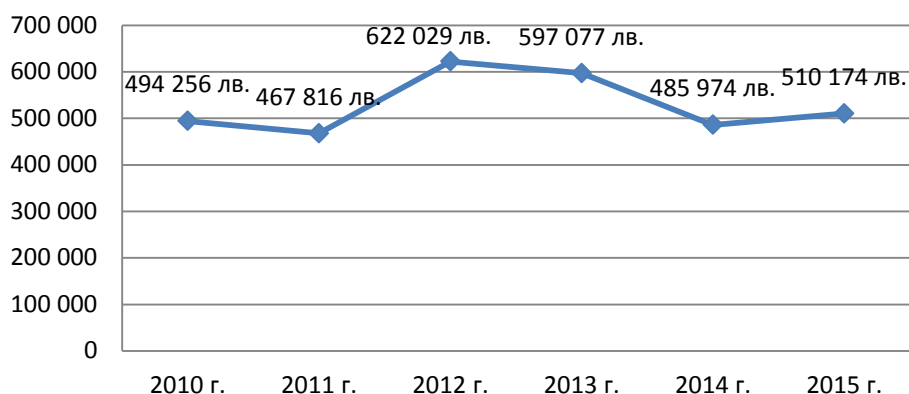


4. Еднолични търговци

4.1. Размер на дарените средства

През 2015 г. общият размер на даренията от еднолични търговци (ЕТ) е **510 174 лева**, съгласно справка от НАП за направените дарения. Спрямо 2014 г. се регистрира ръст от 5% на дарените суми от ЕТ. За период от последните 6 години се наблюдава плавно увеличаване на дарените от ЕТ средства.

Фиг. 24: Графика с даренията от ЕТ за последните 6 години



4.2. Брой и насоченост на подкрепа от едноличните търговци, декларирали дарения през 2015 г.

Справката на НАП посочва намаление от 13% в броя еднолични търговци, декларирали дарения спрямо 2014 г. През 2015 г. те са 194, докато през 2014 г. – 223. Впечатление правят данните за двойно по-малко ЕТ, които даряват повече от два пъти средства в полза на ЦФЛД и ЦФАР през 2015 г. спрямо предходната. Любопитен е и фактът, че докато през 2014 г. не е имало ЕТ, декларирало дарения по реда и условията на Закона за меценатство, то през 2015 г. има един търговец с дарение от 1 531 лева.

Фиг.25: Справка за декларираните дарения от ЕТ през 2014 и 2015 г.

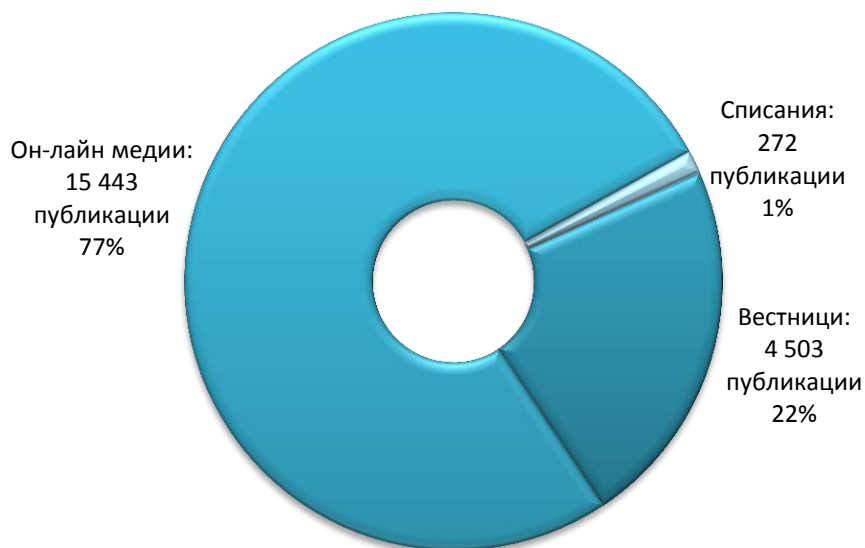
Показател	2015		2014	
	Брой лица, направили дарение	Сума на направените дарения	Брой лица, направили дарение	Сума на направените дарения
Получатели с код 01 Здравни и лечебни заведения, специализирани институции за предоставяне на социални услуги на деца и възрастни, детски градини, училища, университети, културни и образователни институции, НПО в обществена полза, Български Червен кръст, УНИЦЕФ	190	464 850	216	468 614
Получатели с код 02 Център „Фонд за лечение на деца“ Център „Фонд за асистирана репродукция“	2	14 800	5	6 500
Получатели с код 03 По реда и условията на Закона за меценатството	1	1 531	0	0
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	28 993	2	10 860
	194	510 174	223	485 974

Темата за дарителството в медиите през 2015 г.

Медиен анализ с основни тенденции, обобщени от агенция Intelday Solutions

Общият брой медийни публикации, отразяващи дарителството в страната през 2015 г., е 20 218. Повече от половината релевантни публикации идват от онлайн издания (77% или 15 443 материала). Вестникарските издания заемат второ място със своите 22% от общия дял, като списанията формират само 1% от медийния поток на информацията (272 отразявания).

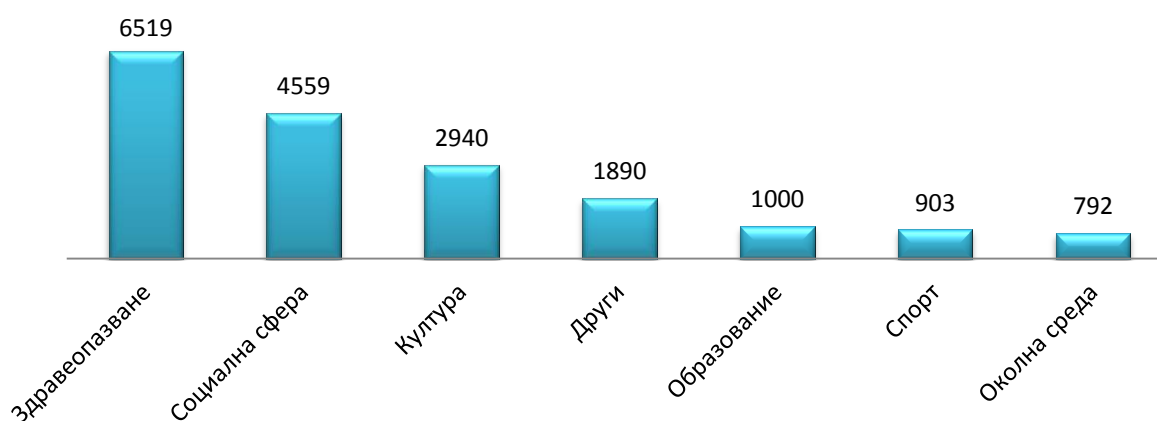
Фиг. 26: Съотношение на брой публикации по темата „Дарителство“ по типове медии през 2015 г.



Месец декември безспорно е най-активният период по отношение на благотворителността, включително и за медийно отразяване на активности под знаменателя на дарителството. Споменаванията тогава са близо два пъти повече от тези през втория най-силен месец (ноември) и повече от споменаванията през цялата първа третина от годината. Инициативата „Българската Коледа“ е освен фактор за тези резултати, защото традиционно повечето медии я отразяват.

Здравеопазването и социалната сфера са приоритет за голяма част от дарителите, отразени в медиите. Най-малко медийно внимание събират даренията в сферата на опазване на околната среда, спорта и образованието.

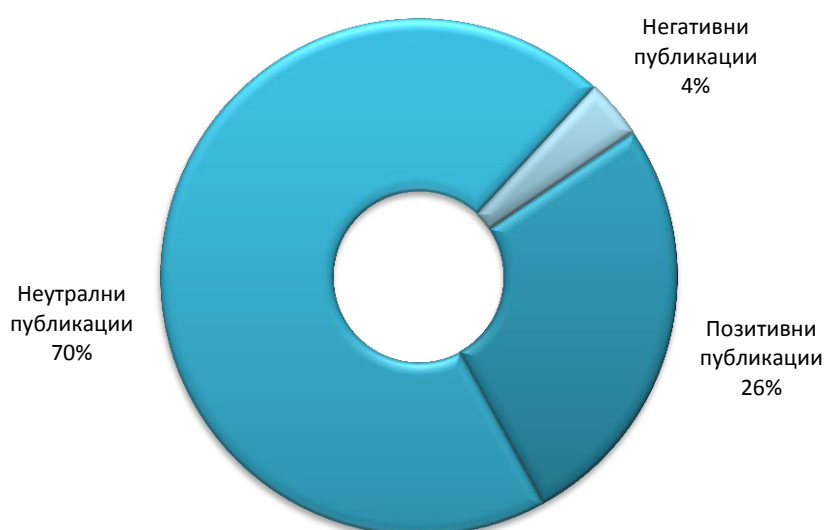
Фиг. 27: Съотношение на медийни публикации по сфера на даряване през 2015 г.



Топ темите в сферата на здравеопазването са инициативата „Българската Коледа“ и събирането на средства за лечения, било то за деца или възрастни. Фокус върху социалната сфера се поставя на темите, свързани с помощ на възрастни хора или хора и семейства в крайна уязвимост. В сферата на културата топ темите, които биват отразени в медиите, са кампании за изграждане на храмове, дарения на книги и подкрепа за музеи.

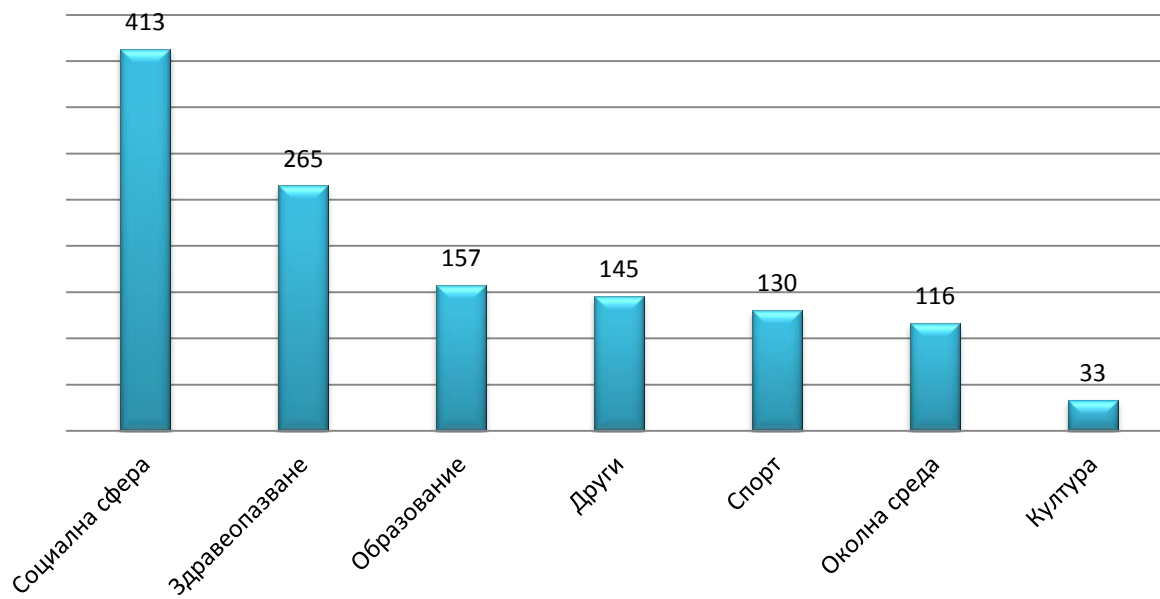
Отношението към дарителството в секторите на здравеопазването, културата, образованието, социалната сфера, околната среда и спорта е предимно неутрално. Позитивният тон е генериран основно от кампании, свързани с корпоративната социална отговорност на бизнеса, участието и подкрепата за инициативите от голям брой частни лица, някои публични. Негативните медийни реакции касаят скандали с дарения от частни лица, политици и фондации.

Фиг. 28: Тон на представянето на темата за дарителството в медиите през 2015 г.



В периода януари – декември 2015 г. социално отговорните компании регистрират общо 1286 споменавания, което представлява 6% от цялостното медийно отразяване на темата за благотворителността.

Фиг. 29: Брой медийни споменавания на програми за корпоративна социална отговорност по сектори през 2015 г.



Дарителството в България през 2015 г.

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

Анализът се основава на база данни от Национална агенция по приходите за декларирани дарения от компании, еднолични търговци и физически лица, Централния регистър на юридическите лица с нестопанска цел, социологическо проучване, проведено от агенция „Алфа Рисърч“ през април 2016 г., както и разширени въпросници до компании и фондации и фокус група с участието на членове на БДФ. В документа е представен медиен анализ на тема „Дарителството в медиите 2015“, изготвен от Intelday Solutions по поръчка на БДФ.

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

