

**DAVANJA OSOBA SA
VISOKOM
VREDNOŠĆU
KAPITALA (HNWI)**

Istraživanje



DAVANJA OSOBA SA VISOKOM VREDNOŠĆU KAPITALA Istraživanje

Beograd,
April 2019. godine

Istraživanje je sprovedeno u okviru Projekta za unapređenje okvira za davanje, koji finansira USAID, a sprovodi Koalicija za dobročinstvo koju predvodi Fondacija Ana i Vlade Divac a dodatno čine Trag Fondacija, Catalyst Balkans, SMART Kolektiv, Srpski Filantropski Forum, Forum za odgovorno poslovanje i Privredna komora Srbije.

Stavovi izraženi u ovoj publikaciji predstavljaju isključivu odgovornost autora i ne predstavljaju nužno stavove Američke agencije za međunarodni razvoj ili Vlade Sjedinjenih Američkih Država.

Sadržaj

Sažetak	2
Uvod.....	4
Metodologija.....	5
Ključne teme	7
Lični motivi i iskustva	7
Struktura i mehanizmi doniranja	11
Planovi i trendovi	14
<i>Impact</i> investiranje – Ulaganje u pozitivan društveni uticaj.....	16
Fotorobot srpskog filantropa	17
Zaključci i preporuke	18
Aneks I – Pozivno pismo.....	21
Aneks II – Pitanja za intervju	22
Aneks III – Kvantitativna pitanja	25

Sažetak

- Imućni pojedinci imaju važnu ulogu u podršci razvoju društva;
- Slavna istorija filantropije u Srbiji je nasleđe koje obavezuje na veći angažman istaknutih pojedinaca;
- U Srbiji živi preko 2.500 dolarskih milionera, među njima 40 superbogataša sa više od 30 miliona dolara imetka;

- Savremeno doba odlikuju nepovoljni društveni i kulturni kontekst za davanja;
- Glavna motivacija za davanja je osećaj odgovornosti prema društvu, želja da se pomogne;
- Glavna ciljna grupa donatora su deca i mladi, kao i ugrožene grupe, a oblasti davanja obrazovanje i socijalna i zdravstvena zaštita;
- Lična odluka donatora presudna je kod filantropskih aktivnosti, ali postepeno dolazi i do formalizacije procesa donošenja odluka;
- Pored ličnih prisutno je korišćenje i kompanijskih resursa kod sprovođenja zahtevnijih filantropskih projekata;
- Donatori su nepoverljivi prema posredničkim organizacijama usled bojazni od zloupotrebe sredstava;
- Sve je češća praksa osnivanja fondacija i stvaranja drugih formalnih tela radi strateškog pristupa davanjima i veće kontrole nad filantropskim projektima;
- Podrška filantropa najvećim delom je finansijska, veoma je mali broj zahteva za doniranjem znanja i veština;
- Složeni administrativni zahtevi i prisutnost korupcije umanjuju motivaciju imućnih pojedinaca da se bave filantropskim aktivnostima;
- Lični utisak o uspešnosti projekta je najbitniji, imućni pojedinci uglavnom razmatraju samo zbirne rezultate filantropskih aktivnosti;
- Zakonske, posebno poreske olakšice za lična i korporativna davanja uvećali bi broj donatora i obim donacija;
- Imućni pojedinci u Srbiji nisu upoznati sa konceptom preduzetničke filantropije, ali su zainteresovani da saznaju nešto više o ovom modelu investiranja.

Dve trećine bogatih sveta su se obogatili kroz preduzetništvo, 13% je nasledilo bogatstvo, a 21% njih kažu da su imali sreće.

(Ströing, Lauterbach, 2014: 11)

Uvod

Razvoj kulture davanja predstavlja način da društvo kao celina, odnosno pojedinci koji ga čine postanu svesni ključnih društvenih izazova, te donesu odluku da deluju u pravcu opšteg boljitka. Izuzetnu ulogu u tome imaju pojedinci koji poseduju kapital visoke vrednosti i druge resurse poput znanja i veština, pomoću kojih mogu osnažiti pojedine grupe i pojedince, ili doprineti rešavanju određenog problema.

Ove istaknute osobe još veći uticaj na dobrobit društva mogu ostvariti udruživanjem, pa tako poznata globalna inicijativa Zavet za davanje (*The Giving Pledge*) koju su 2010. godine pokrenuli Bil i Melinda Gejts zajedno sa Vorenom Bafetom danas okuplja 183 milijardera koji su se javno zavetovali da će više od polovine svog bogatstva usmeriti na filantropska davanja.

Praksa pomaganja zajednici od strane imućnih pojedinaca bila je i te kako prisutna kroz istoriju. Kada govorimo o Srbiji, razvoj filantropije krenuo je u 19. veku, i to sa aktivnijim privrednim i kulturnim napretkom naše zemlje. Slavni srpski filantropi poput Kapetana Miše Anastasijevića, Ilije Milosavljevića Kolarca, Milana Kujundžića Aberdara i Nikole Spasića počinjali sa osnivanjem svojih zadužbina, ulažući u obrazovanje, kulturu, umetnost, pomaganje siromašnima i druge oblasti koje su smatrali značajnim za razvitak i očuvanje društva, odnosno njegovih duhovnih i materijalnih dragocenosti.

Zadužbinarstvo u Srbiji svoj zlatni period imalo je između Prvog i Drugog svetskog rata, kada je broj zadužbina – najčešćeg mehanizma za davanja – bio najveći. Glavna ideja i želja filantropa bila je da vrate zajednici makar deo vrednosti koju su stvorili živeći i radeći u njoj, te sačuvaju svoje nasleđe i ime od zaborava. Iako je u to vreme pored individualne bila praktikovana i korporativna filantropija, donacije su uvek bile vezivane za ličnosti ili bračne parove u čijem su se vlasništvu kompanije nalazile.

U savremeno doba, filantropske aktivnosti u Srbiji se i dalje u najvećoj meri vezuju za pojedince, iako se značajan deo davanja odvija upravo preko kompanija i njihovih fondacija. Ipak društveni i kulturni kontekst dramatično su promenjeni, te se preduzetništvo i veliki poslovni uspesi najčešće povezuju sa nezakonitim aktivnostima i drugim društveno neprihvatljivim modelima ponašanja, poput podmićivanja, varanja i zarađivanja na osnovu monopolske pozicije na tržištu, te postoji velika sumnja u iskrenost namere pojedinca da pomogne društvu.

To je ujedno i glavni razlog zbog kojeg su javna istupanja pojedinaca na ovu temu retka, a ne postoje ni podaci o tome koliko naši imućni sugrađani zapravo doprinose razvoju društva, u koje teme najviše ulažu, da li ulaganja rastu ili opadaju tokom godina i koji faktori utiču na njihovu spremnost i donošenje odluka za ulaganje u razvoj zajednice.

Ipak, pojedini podaci su ipak dostupni pa je tako, prema nekim procenama*, u Srbiji tokom 2016. godine živelo 2.500 milionera (u globalnom kontekstu, osobe koje poseduju likvidna finansijska sredstva vrednosti iznad milion američkih dolara), dok će taj broj do 2026. godine biti 2.800. Među njima je 40 superbogataša sa više od 30 miliona dolara imetka i četiri osobe s bogatstvom većim od 100 miliona dolara.

Pored ove vrste podataka, od značaja su i identifikacija prepreka na koje filantropi nailaze i definisanje preporuka za unapređenje pravnog okvira koje bi doprinelo boljim uslovima za davanja za opšte dobro.



Upravo iz tog razloga Smart kolektiv je sproveo istraživanje o davanjima za opšte dobro i ulaganjima u razvoj lokalnih zajednica pojedinaca koji poseduju kapital visoke vrednosti u Srbiji (*High Net Worth Individuals - HNWI*). Reč je o prvom istraživanju ove vrste u Srbiji, koje predstavlja jedinstvenu priliku da se identifikuju stavovi i motivi za davanja imućnih pojedinaca koji igraju vitalnu ulogu u filantropskom ekosistemu svakog društva, i na taj način doprinese razvoju filantropije u našoj zemlji.

*(*The Wealth Report by Knight Frank, 2017: 66,67*)

Metodologija

Istraživanje je sprovedeno putem strukturiranog intervjua u trajanju do 60 minuta.

Na ovaj način prikupljeni su kvalitativni podaci: motivacija za davanja, stavovi o davanju i iskustva, planovi za davanja u narednom periodu i preporuke za unapređenje okvira za filantropiju u Srbiji.

Ciljevi intervjua bili su:

- prikupljanje detaljnijih (dubinskih) informacija o filantropskim aktivnostima pojedinaca sa visokom vrednošću kapitala: motivacija za davanja, stavovi o davanju i iskustva, planovi za davanje u narednom periodu;
- identifikovanje prepreka/prilika za filantropske aktivnosti i njihov dalji razvoj;
- identifikovanje konkretnih primera koji bi mogli da posluže kao dobra praksa;
- ispitivanje potreba i informisanje o inovativnim načinima za realizaciju davanja.

Drugi deo istraživanja sproveden je putem upitnika. Njegov cilj bilo je prikupljanje kvantitativnih podataka koji podležu poverljivosti: visina prihoda, vrednost kapitala, visina ukupnih davanja, visina davanja po temama itd.

Zanemarljiv broj ispitanika dao je kvantitativne podatke o svom imetku, te zbog nemogućnosti izvođenja bilo kakvih zaključaka ti podaci nisu navedeni u istraživanju. Na osnovu toga može se zaključiti da u Srbiji trenutno ne postoje uslovi za dostizanje takve vrste transparentnosti.

Pitanja iz istraživanja ispitanicima su dostavljena unapred, dok su prikupljeni podaci komunicirani isključivo u vidu zbirnih rezultata i zaključaka. Učesnicima je ponuđeno da ostanu anonimni, što je mogućnost za koju se odlučila većina ispitanika, te je sa njima potpisivan ugovor o poverljivosti.

Intervjuisano je 10 osoba sa visokom vrednošću kapitala, od ukupno 37 koji su pozvani da učestvuju u istraživanju. Potencijalni sagovornici, tj. njihovi predstavnici kao razloge za odbijanje učešća u istraživanju najčešće su navodili nedostatak vremena zbog tekućih poslovnih obaveza ili da o svom materijalnom statusu i dobročinstvima ne žele da komuniciraju.

Kriterijum za određivanje potencijalnog ispitanika bila je naznaka da su se bavili filantropskim aktivnostima u prethodnom periodu, kao i procenjena visina njihovog imetka. Za potrebe ovog istraživanja, osobe sa visokom vrednošću kapitala definisane su kao pojedinci koji poseduju likvidna finansijska sredstva u vrednosti većoj od 500.000 američkih dolara.

*Ukoliko spadate u najsrećnijih 1 posto ljudi, imate obavezu prema ostatku
čovečanstva da razmišljate o ostalih 99 posto.*

Voren Bafet

Ključne teme

Lični motivi i iskustva

Zaključak i preporuka

- Širi društveni i politički kontekst, te lični utisak donatora o procesu realizacije i nivou uspešnosti projekata mogu u značajnoj meri uticati na motivaciju za bavljenje filantropskim aktivnostima.

Preporuka: Afirmisati davanje kroz primere i prakse javnih priznanja filantropima za njihov doprinos društvu, budući da to može biti jedno od sredstava za motivisanje drugih pojedinaca da daju doprinos zajednici kroz filantropska davanja.

Cilj prve teme intervjua sa ispitanicima bilo je razmatranje njihovih ličnih motiva i iskustava u vezi sa davanjima društvu, kako bi se utvrdili najčešći i najznačajniji razlozi zbog kojih se odlučuju za sprovođenje filantropskih aktivnosti.

Zašto filantropi pomažu društvu?

Sociološko viđenje filantropije podrazumeva tri glavna pokretača altruističkog ponašanja: (1) pravednost kao prihvaćenu unutrašnju socijalnu normu, (2) dužnost, tj. određeno ponašanje koje od nas očekuje okolina, ili (3) očekivanje naročite nematerijalne nagrade, poput društvenog ugleda i samopoštovanja. (Kuljić, 2016: 527). Važno je reći da motivacija za bavljenjem individualnom filantropijom gotovo uvek predstavlja složeni međuodnos više pomenutih motiva, ali koji se uvek kreće između iskrene želje za pomaganjem drugima koja može imati emocionalnu i/ili racionalnu osnovu i potrebe da se finansijski kapital pretvori u simbolički.

U tom smislu, važne odrednice su i da je filantropija dobrovoljan čin, koji može biti spontan ili proračunat, pri čemu proračunatost podrazumeva strukturirano razmišljanje o posledicama koji će sam čin davanja imati na zajednicu, ali i na dobročinitelja. Iako je ad hoc davanje prema nekim gledištima moralno vredniji čin, posebno ako je anonimno, filantropske aktivnosti zasnovane na strateškom razmišljanju potencijalno mogu imati mnogo dugoročniji, te samim tim i veći pozitivan uticaj na dobrobit zajednice.

Glavni element motivacije ispitanika za davanja predstavlja potreba da se doprinese stvaranju boljeg, odnosno funkcionalnog i naprednog društva. Ispitanici su kao motivaciju navodili i potrebu da budu uzor svojoj deci, da pomognu pojedincima da izađu iz nepovoljne situacije i ostvare svoje ciljeve, odnosno da doprinesu dugoročnoj održivosti zajednice kroz ulaganje u ključne oblasti, poput obrazovanja. Pored osećanja dužnosti da se pomogne, veliki značaj imaju i vrednosti, odnosno životna priča i karijera ispitanika.

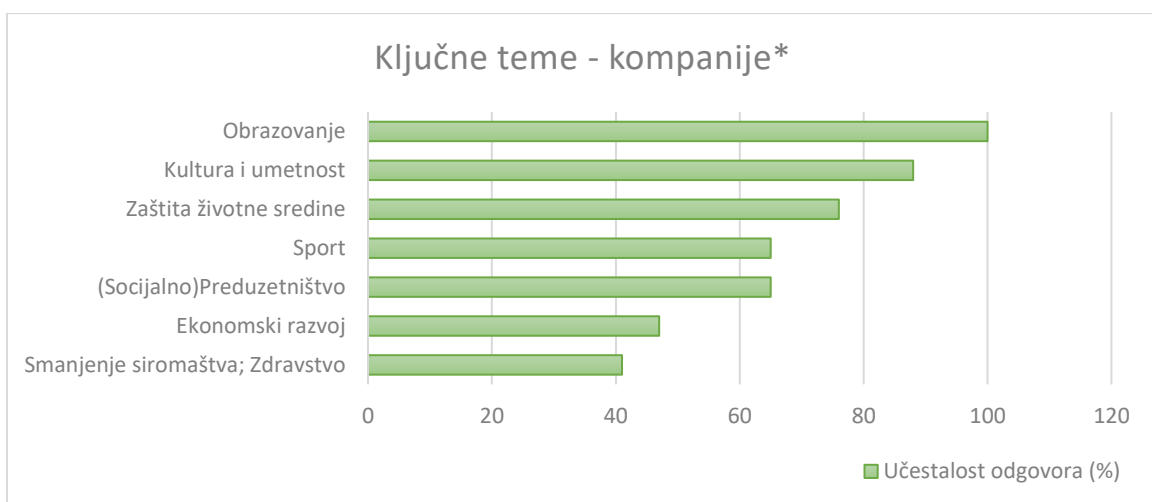
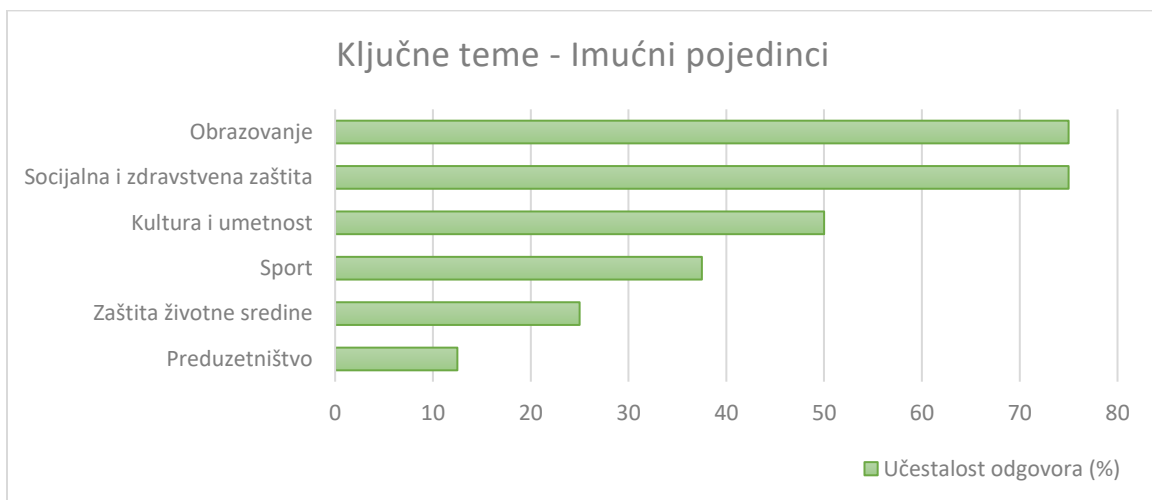
Moj konkretan motiv je da budem uzor svojoj deci. Ne mogu ja njima da pričam da treba da se ponašaju ovako ili onako, a da ne vide da se ja tako ponašam. Ja njima pričam da uspeh, pa i novac koji iz njega proističe, treba podeliti sa drugima.

Kao glavne ciljne grupe najčešće su navođeni materijalno ili na drugi način ugroženi pojedinci, porodice i druge grupe, a pre svih deca, kao i talentovani, odnosno ugroženi mladi. Sa druge strane, ključna oblast davanja su na prvom mestu obrazovanje, socijalna i zdravstvena pomoć, potom kultura i umetnost, sport itd.

Ključne teme i ciljne grupe: gledišta filantropa i kompanija

Upoređivanjem odgovora koje su dali ispitanici tokom istraživanja i podataka koje su dostavile kompanije članice Foruma za odgovorno poslovanje za potrebe izrade brošure *Bolji biznis za bolje društvo**, može se zaključiti da je obrazovanje sasvim sigurno primarna oblast davanja u Srbiji, kao i da su imućni pojedinci mnogo više fokusirani na socijalnu i zdravstvenu podšku i zaštitu od kompanija. Sa druge strane i jedna i druga grupa donatora smatra značajnim ulaganja u kulturu i umetnost, dok kompanije nešto veći akcenat stavljaju na zaštitu životne sredine. Sport je i jednima i drugima važna tema, dok je ulaganje u (socijalno) preduzetništvo i ekonomski razvoj značajnija oblast za korporativne donatore.

Kada je reč o ciljnim grupama, takođe su prisutna podudaranja. Imućni pojedinci, kao i kompanije najviše su usmereni ka deci, odnosno mladima koji su ugroženi materijalno ili na druge načine, kao i mladim talentima. Sledi podrška ekonomski ugroženim pripadnicima opšte populacije.



**Bolji biznis za bolje društvo - Doprinos kompanija članica Foruma za odgovorno poslovanje održivom razvoju u 2017. godini*

Obrazovanje

Kao i u savremeno doba, usredsređenost filantropa na podršku obrazovanju predstavljala je jedan od glavnih prioriteta filantropa i u prošlosti. Tako je naprimer Džon D. Rokfeler pokazivao veliki interes za ulaganje u visoko obrazovanje Afroamerikanaca, posebno žena, dok je Ilija Milosavljević - Kolarac svu svoju preostalu imovinu namenio osnivanju prosvetne zadužbine, formirajući univerzitet i književni fond koji nose njegovo ime.

Podrška obrazovanju odnosno ulaganje u znanje predstavlja važan, a kod nekih ispitanika i ključni deo njihove vizije boljeg društva. Smatraju da je ono važno za boljitak „čitave nacije”, i da „vera u znanje i ulaganje u znanje” mogu pomoći da Srbija postane „bolja i drugačija zemlja”. Dodatni motiv za ulaganje u ovu oblast predstavlja uverenost pojedinih sagovornika da im je upravo znanje omogućilo da dostignu velike poslovne uspehe, te da, za razliku od kapitala, predstavlja „rastuću vrednost” koja dugoročno može osigurati ekonomski, kulturni i duhovni prosperitet društva.

Posebno bitna je i podrška mladim talentima, kojima se, iako predstavljaju veliki potencijal za razvoj društva, ne ukazuje dovoljna pažnja, i u koje se nedovoljno ulaže.

Jedan od demotivišućih faktora za davanja je društveni kontekst prema kojem se „uspeh i bogatstvo” posmatraju na negativan način, uz sumnje u način sticanja kapitala, odnosno kritike da je donirana suma previše skromna imajući u vidu visinu imetka određenog pojedinca.

Filantropija se i dalje vidi kao način da se neko iskupi za svoje grehe, umesto da bude posledica uspešnosti i ostvarenosti.

(Nažalost), većini ljudi je problematično da prihvate filantropiju, da je podrže i veruju u nečije dobre namere, jer su i sami na ivici siromaštva i bede.

Dok jedan broj ispitanika smatra da nema dovoljne promocije filantropskih aktivnosti kompanija i pojedinaca u medijima, pojedini ispitanici ne žele da javno komuniciraju svoja davanja, i to zbog

spomenutih negativnih komentara i kritika, kao i mogućeg porasta broja zahteva za pomoć koje pojedinac neće moći da ispuni zbog ograničenosti sredstava opredeljenih za davanja, odnosno jer želi da se fokusira na oblasti koje za njega imaju najveći značaj. Ipak, jedan broj ispitanika očekuje makar neku vrstu društvenog priznanja za svoja davanja.

Problem predstavlja i nedostatak sistemskog bavljenja određenim društvenim problemima i adekvatnog podsticanja određenih oblasti od strane državnih institucija, odnosno manjak koordinacije između različitih aktera kako bi se problemima, ali i razvojnim potencijalima, pristupilo na obuhvatniji način.

Struktura i mehanizmi doniranja

Zaključci i preporuke

- Lična odluka donatora od presudne je važnosti kada je reč o pravcu i do određene mere obimu filantropskih aktivnosti. Ipak, primetna je postepena formalizacija procesa donošenja odluka kada je reč o temama i ciljnim grupama koje će biti podržane kroz davanja, gde slobodna procena vlasnika kompanije o pomenutim pitanjima gubi na značaju, te ad hoc odlučivanje postepeno biva zamenjeno strateškim pristupom.
- Nepoverenje u posredničke organizacije, kao i same korisnike sredstava, pre svega kada je reč o načinu raspolaganja poverenim sredstvima predstavlja jednu od značajnih prepreka ka daljem razvoju kulture davanja u Srbiji.

Preporuka: promovisati primere dobre prakse partnerskih projekata između pojedinaca/fondacija i drugih organizacija i isticati važnost provere kredibiliteta, transparentnosti i efikasnosti partnera tokom, ali i pre započinjanja saradnje.

- Osnivanje Fondacije predstavlja dobar mehanizam da se filantropska davanja odvijaju na planski način, sa jasnim principima i fokusom na glavne oblasti, dok samostalno sprovođenje projekata od strane Fondacije uliva sigurnost donatorima da se sredstva plasiraju na predviđeni način.
- Udruživanje kompanija i drugih subjekata u inicijative kako bi se vodila javna debata o važnosti pojedinih tema, predstavlja jedan od mogućih modela doprinosa rešavanja složenih društvenih problema i izazova, a često može zahtevati i određeni vid saradnje sa državnim organima.

- Podrška filantropa je najvećim delom finansijska; ne postoji dovoljna motivisanost donatora da se uključe u podržane projekte na nivou doniranja ekspertize i znanja, a tome delimično doprinosi i odsustvo zahteva za ovakvom vrstom podrške.

Preporuka: promovisati dobre prakse doniranja znanja i veština kao izuzetno važnog dela svakog uspešnog odnosa između imućnog pojedinca i korisnika pomoći, koji će omogućiti da uticaj pružene finansijske podrške bude višestruko uvećan i dugoročan.

Naredna tema o kojoj je razgovarano sa ispitanicima ticala se faktora koji mogu uticati na visinu izdvojenih sredstava za filantropiju, prioriteta tema i najčešćih korisnika podrške, ali i merenja uticaja koji donacije imaju na boljitak zajednice.

Ubedljiva većina ispitanika izjasnila se da visina donatorskih sredstava, te ciljne grupe koje će biti korisnici sredstava u najvećoj meri zavise od njihovih ličnih odluka. Međutim, određeni broj sagovornika u većoj ili manjoj meri oslanja se na druge metode i alate pomoću kojih se može izvršiti analiza potreba zajednice, poput prikupljanja i ukrštanja podataka, kako samostalno, tako i u saradnji sa partnerima iz javnog i civilnog sektora.

Zastupljena su lična, kao i davanja putem fondacija i kompanija u vlasništvu imućnih pojedinaca, dok su pomenuti tipovi davanja često međusobno isprepletani, te se na primer za realizaciju kompleksnijih aktivnosti koristi kompanijska, odnosno infrastruktura fondacije, koje osiguravaju organizovanije bavljenje davanjima.

U ovom kontekstu, važno je napomenuti i da je jedan od ispitanika naveo da je u kompaniji čiji je vlasnik stvoren neformalni odbor za donacije koji daje predloge tema i ciljnih grupa koje bi bile korisnici davanja, dok on i njegovi bliski saradnici određuju glavni pravac aktivnosti i konačno odobravaju njihovo sprovođenje. Visina finansijskih sredstava izdvojenih za davanja može biti fiksna, ili povezana sa uspešnošću poslovanja kompanije, odnosno ostvarenim profitom, kao i drugim faktorima, poput broja i stepena ozbiljnosti zahteva za pružanjem pomoći, a u pojedinim slučajevima definisana je u samom planu CSR aktivnosti kompanije.

Ispitanici se češće odlučuju da svoja lična finansijska sredstva, ili sredstva kompanije usmere direktno ka njihovim krajnjim korisnicima, dok kao ključne razloge za to navode postojanje izvesnog stepena nepoverenja u posredničke subjekte usled slučajeva zloupotrebe sredstava, te potrebu za višim stepenom kontrole nad projektom, odnosno potrebu isticanja činjenice da se radi o projektu kompanije, koji manjim ili većim delom ona samostalno sprovodi.

Pre svega smo fokusirani na to da proverimo da se ne javljaju neke zloupotrebe, da nas to ne kompromituje.

Prema tome, neretko postoji i neki vid saradnje sa partnerima (institucije, udruženja i drugi tipovi organizacija, pa čak i partnerskim kompanijama), barem u vidu obavljanja određenih usluga u vezi sa projektom za koji se doniraju sredstva. Treba napomenuti i da je nekolicina ispitanika, u konsultaciji sa menadžmentom i drugim partnerima, odlučila da osnuje fondaciju koja se bavi svim, ili najvećim delom filantropskih aktivnosti, radi kreiranja strateškog pristupa davanjima.

Da bi se nešto u ovoj oblasti uspelo, mora da postoji udruživanje. Da se slični ljudi, koji slično razmišljaju, povežu.

Kada je reč o vrsti resursa koje ispitanici doniraju, najveći deo njih izjasnio se da je do sada izdvajao sve raspoložive vrste resursa, poput novca, znanja i veština, odnosno proizvoda kompanije.

Kada je reč o uključivanju drugih osoba u sam proces bavljenja filantropskim aktivnostima, pojedini ispitanici lična davanja sprovode zajedno sa svojim suprugama, te zavise isključivo od njihovih preferencija. Takođe, neki od ispitanika nastoje da uključe i svoje zaposlene u realizaciju filantropskih aktivnosti koje sprovode njihove kompanije, motivišući ih da učestvuju u akcijama ličnog davanja, ali i volonterskim akcijama u kojima zaposleni doniraju svoje vreme, znanja i veštine.

Iskustva ispitanika prilikom realizacije davanja su u značajnoj meri pozitivna. Ipak, jedan broj ispitanika istakao je loša iskustva koja su imali prilikom realizacije projekata davanja, poput neadekvatnog raspolaganja dobijenim sredstvima od strane korisnika i prisutnosti korupcije, te složenih birokratskih procedura koje zahtevaju „preveliku“ količinu resursa (vreme, novac).

Imamo dobra iskustava jer nastojimo da proverimo kredibilitet, transparentnost i efikasnost onih sa kojima sarađujemo.

Drugi tip problema ticao se nedovoljne angažovanosti partnera iz javnog sektora, u smislu pasivnosti i nezainteresovanosti za sprovođenje aktivnosti na efikasan način, kao i izostanka povratnih informacija o toku razvoja podržanih projekata, te samim tim i mogućnosti za direktnije uključivanje donatora, u smislu doniranja njegovih znanja i veština, te se njihov doprinos uglavnom svodio na finansijsku podršku.

Kada je reč o analizi i merenju uspešnosti društvenog i ekonomskog uticaja filantropskih davanja, ubedljivo najveći deo ispitanika ne koristi mehanizme ovog tipa, već razmatra samo zbirne, opšte podatke o

ostvarenim rezultatima, ili pre procene o njegovom uticaju, odnosno ima uvid u periodične izveštaje koji podnose korisnici sredstava. sprovedenja samog projekta vrši

Planovi i trendovi

Zaključak i preporuka

- Složenost administrativnih procesa i druge prepreke, poput prisutnosti korupcije, nedostatka poreskih olakšica i nedovoljno jasne regulative kada je reč o zapošljavanju osoba sa invaliditetom na koje donatori nailaze prilikom realizacije projekata, deluju demotivišuće na njih.

Preporuka: pokrenuti dijalog sa predstavnicima javnog sektora o mogućnosti umanjenja poreza na dohodak kod davanja fizičkih lica, te ukidanja poreza na dodatnu vrednost u slučaju korporativnih donacija, pojednostavljivanja određenih administrativnih postupaka u slučajevima filantropskih davanja (posebno u oblasti obrazovanja) i kvalitetnijeg uređivanja pravnih akata koji se tiču zapošljavanja osoba sa invaliditetom.

U okviru ove teme ispitano je da li i na koji način sagovornici imaju nameru da menjaju visinu ili fokus davanja, odnosno unaprede mehanizme pomoći zajednici. Takođe, davali su i predloge načina na koji bi državne institucije mogle da olakšaju proces sprovedenja filantropskih projekata i davanja uopšte.

Kada je reč o planovima za eventualno korigovanje visine davanja, sagovornici se nisu eksplicitno izjašnjavali, navodeći da iznos davanja zavisi od poslovanja, nivoa procenjenih potreba, predloga koji budu pristizali i slično. Isto važi i za glavne oblasti delovanja, koje sagovornici ne nameravaju da menjaju u značajnijoj meri, a jedan deo njih želi da postojeće aktivnosti na neki način proširi, ali i pronade nove načine da pomogne zajednici.

S obzirom na to da je dominantna većina sagovornika i dalje aktivna u poslovnoj sferi, tek nekolicina njih razmišlja o načinima na koje će nastaviti sa davanjima nakon završetka profesionalne karijere, poput opredeljivanja određenog procenta profita kompanije koji bi osoba koristila za sprovedenje svoje vizije i ideja na koji način pomoći zajednici, ili osnivanja fondacije.

Moj plan za penziju uključuje i to da se odredi određen procenat profita (kompanije) kako bih mogao da nastavim da se bavim filantropskim akcijama i aktivnostima.

Kada je reč o uočenim preprekama za davanja, većina ispitanika izjasnila se da nisu dovoljno upoznati sa olakšicama koje postoje u ovoj oblasti, dok neki od njih naglašavaju činjenicu da Zakon o porezu na dohodak ne propoznaje davanja fizičkih lica kao osnov za umanjenja poreza. Nadalje, sagovornici smatraju da ne bi trebalo oporezivati stipendije koje se dodjeljuju mladim talentima, te da bi bilo poželjno uvesti posebne olakšice u oblasti davanja za obrazovanje, kao filantropske oblasti od najvećeg značaja za boljitak zajednice. Kao još jedna grupa donatora kojoj je potrebno posvetiti pažnju navođeni su i filantropi iz dijaspore, kojima bi trebalo ponuditi određene olakšice, bilo da doniraju ili investiraju novac u projekte od značaja za lokalnu sredinu iz koje potiču, ili u kapitalne projekte koji imaju uticaj na čitavo društvo.

Bilo bi odlično da postoji neki otpis poreza na filantropska ulaganja. To nije moj osnovni motiv, ali bi to definitivno zainteresovalo mnoge da doniraju neka sredstva.

Oslobađanje od poreza na dodatnu vrednost prilikom doniranja robe i novca predstavlja najčešće navođen predlog načina na koji bi državne institucije mogle da stimulišu postojeće, ali i potencijalne korporativne donatore da se bave davanjima. Predlozi se odnose i na zapošljavanje osoba sa invaliditetom; pojedini sagovornici smatraju da je potrebno i kreiranje novih mogućnosti za kompanije koje saraduju sa preduzećima za profesionalnu rehabilitaciju OSI.

Takođe, neki ispitanici mišljenja su da je potrebna veća transparentnost u predstavljanju načina na koji se troše državna sredstva prikupljena od penala plaćenih od stane privrednih subjekata koji ne zapošljavaju OSI.

Impact investiranje – Ulaganje u pozitivan društveni uticaj

*Davanju bi trebalo pristupati na isti način kao i investiranju.
Davanje je investiranje.*

Džon D. Rokfeler

Zaključak i preporuka

- Iako nisu detaljnije upoznati sa konceptima socijalnog preduzetništva i preduzetničke filantropije, većina donatora zainteresovana je da sazna nešto više o ovim konceptima, što potrebu daljeg promovisanja i osveščivanja principa među donatorima koji su zainteresovani da doprinesu društvu kroz ove modele čini još većom.

Preporuka: poželjno je stvoriti okvir u okviru kojeg će imućni pojedinci zainteresovani za unapređivanje svojih filantropskih aktivnosti biti upoznate sa konceptom socijalnog preduzetništva i *venture* filantropije, tj. sa prednostima koje oni imaju u odnosu na „tradicionalne” oblike davanja.

Završna tema intervjua imala je za cilj proveru nivoa upoznatosti ispitanika sa konceptom preduzetničke (*venture*) filantropije i njihovih razmišljanja o usmeravanju svog pristupa filantropiji ka ovom modelu, odnosno procenu nivoa njihove motivacije za ulaganje u društveni uticaj korišćenjem investitorskih principa.

Sagovornici uglavnom nisu upoznati sa konceptom preduzetničke filantropije, ali navode da žele da saznaju nešto više o ovom konceptu i razmotre da li bi i na koji način bili zainteresovani da ga primene.

Upoznat sam sa konceptom. Svakako bih voleo da se upoznam i sa nekim konkretnim detaljima, projektima pa da onda donesem odluku o učešću.

Takođe, pojedini ispitanici spomenuli su da bi bili zainteresovani da pomognu socijalnim preduzetnicima kroz doniranje svojih znanja, kao i to da nastoje da neguju praksu uključivanja socijalnih preduzeća u dobavljačke lance svojih kompanija.

Fotorobot srpskog filantropa

Osoba X, čija je procenjena vrednost kapitala iznosi preko 200 miliona evra, sa poslovnim prihodima od oko 260 miliona evra, tokom 2017. godine izdvojila je blizu 13 hiljada evra poreza na donacije.

Najviše ulaže u obrazovanje, a glavna motivacija za davanja je osećaj odgovornosti prema sredini u kojoj je odrasla, ali i prema čitavom društvu, kome želi da vrati makar deo vrednosti koju je stvorila baveći se preduzetništvom. U kontekstu obrazovanja, želi da pomogne mladim ljudima koji su u istoj situaciji kao i ona nekada – imaju želju i volju da vredno i posvećeno rade, ali im treba podrška – pa joj je drago što može da im pomogne da ostvare svoje ciljeve. Takođe, želi da podrži osobe i grupe koje su na više načina ugroženi, a činjenica da ima mogućnost da pruži pomoć predstavlja dodatnu obavezu da to i učini.

Konačnu odluku o tome u kojim oblastima će davanja biti realizovana, te koje ciljne grupe će biti podržane donosi lično, iako sve više počinje da se oslanja na analizu podataka, pomoć stručnih osoba i partnera, te vremenom shvata da ukoliko želi da uticaj njenih davanja bude značajniji, mora na strateški način pristupiti bavljenju filantropijom, možda osnivanjem fondacije ili formiranjem drugih formalnih tela i mehanizama koji će joj u tome pomoći. Visina izdvojenih sredstava na godišnjem nivou najviše zavisi od finansijskih rezultata njene kompanije.

Nepoverljiva je prema posredničkim organizacijama, te saraduje samo sa onim subjektima koji su u proteklom periodu dokazali da zaslužuju njeno poverenje, koji prema njenoj proceni imaju kredibilitet ili koji su pod kontrolom osoba koje privatno poznaje. Najviše je brine mogućnost zloupotrebe poverenih sredstava, te se neretko odlučuje da sredstva šalje direktno korisnicima ili da pokreće projekte preko svoje kompanije ili fondacije koje one najvećim delom sprovode samostalno, često uz asistenciju spoljnih, ekspertskih organizacija. Do sada je donirala sve tipove resursa, pretežno novac, a kod složenijih filantropskih projekata oslanja se na kompanijsku ili infrastrukturu fondacije.

Njenu motivaciju za davanja umanjuju povremene kritike dela javnosti, odnosno sumnje u njene dobre namere, kao i u način na koji je razvila svoje biznise. Pored negativnih komentara javnosti, nezadovoljna je i složenim administrativnim zahtevima koje mora da ispuni kako bi sprovela određene filantropske projekte, kao i opšteprisutnom korupcijom.

Prilikom realizacije projekata, ne sprovodi opsežnu analizu uticaja davanja na društvo, već samo razmatra opšte podatke, najviše se oslanjajući na lični utisak o uspešnosti projekta. Ne razmišlja previše o tome da li će i na koji način nastaviti sa davanjima i kada se bude penzionisala.

Veruje da bi na njenu, a možda i na motivaciju drugih osoba sličnog imovinskog statusa da nastave sa davanjima i povećaju njihov obim, pozitivno uticale različite poreske olakšice, kako za lična davanja, tako i za korporativna. Sa druge strane, povoljniji uslovi za zapošljavanje osoba sa invaliditetom dodatno bi podstakli rukovodstvo njene kompanije da u većoj meri zapošljavaju OSI.

Nije upoznata sa principima preduzetničke filantropije, ali želi da sazna nešto više o ovom konceptu, kako bi razmotrila da li bi i na koji način bila zainteresovana da ga primeni prilikom investiranja svojih sredstava. Uz to, zainteresovana je da pomogne socijalnim preduzetnicima kroz doniranje svojih znanja, dok njena kompanija nastoji da praktikuje uključivanje socijalnih preduzeća u svoj dobavljački lanac.

Zaključci i preporuke

- Širi društveni i politički kontekst, te lični utisak donatora o procesu realizacije i nivou uspešnosti projekata mogu u značajnoj meri uticati na motivaciju za bavljenje filantropskim aktivnostima.

Preporuka: pokrenuti praksu davanja javnog priznanja filantropima za njihov doprinos društvu, budući da to može biti jedno od sredstava za motivisanje drugih pojedinaca da daju doprinos zajednici kroz filantropska davanja.

- Lična odluka donatora od presudne je važnosti kada je reč o pravcu i do određene mere obimu filantropskih aktivnosti. Ipak, primetna je postepena formalizacija procesa donošenja odluka kada je reč o temama i ciljnim grupama koje će biti podržane kroz davanja, gde slobodna procena vlasnika kompanije o pomenutim pitanjima gubi na značaju, te strateški pristup polako zamenjuje ad hoc odlučivanje.
- Nepoverenje u posredničke organizacije, kao i same korisnike sredstava, pre svega kada je reč o načinu raspolaganja poverenim sredstvima predstavlja jednu od značajnih prepreka ka daljem razvoju kulture davanja u Srbiji.

Preporuka: promovisati primere dobre prakse partnerskih projekata između pojedinaca/fondacija/kompanija i drugih organizacija i isticati važnost provere kredibiliteta, transparentnosti i efikasnosti partnera tokom, ali i pre započinjanja saradnje.

- Osnivanje fondacije predstavlja dobar mehanizam da se filantropska davanja odvijaju na planski način, sa jasnim principima i fokusom na glavne oblasti, dok samostalno sprovođenje projekata od strane fondacije uliva sigurnost donatorima da se sredstva plasiraju na predviđeni način.
- Udruživanje kompanija i drugih subjekata u inicijative kako bi se vodila javna debata o važnosti pojedinih tema, predstavlja jedan od mogućih modela doprinosa rešavanja složenih društvenih problema i izazova, a često može zahtevati i određeni vid saradnje sa državnim organima.
- Podrška filantropa je najvećim delom finansijska; ne postoji dovoljna motivisanost donatora da se uključe u podržane projekte na nivou doniranja ekspertize i znanja, a tome delimično doprinosi i odsustvo zahteva za ovakvom vrstom podrške.

Preporuka: promovisati dobre prakse doniranja znanja i veština kao izuzetno važnog dela svakog uspešnog partnerstva između kompanije/imućnih pojedinaca i korisnika pomoći, koji će omogućiti da uticaj pružene finansijske podrške bude višestruko uvećan i dugoročan.

- Složenost administrativnih procesa i druge prepreke, poput prisutnosti korupcije, nedostatka poreskih olakšica i nedovoljno jasne regulative kada je reč o zapošljavanju osoba sa invaliditetom na koje donatori nailaze prilikom realizacije projekata, deluju demotivišuće na njih.

Preporuka: pokrenuti dijalog sa predstavnicima javnog sektora o mogućnosti umanjenja poreza na dohodak kod davanja fizičkih lica, te ukidanja poreza na dodatnu vrednost u slučaju korporativnih donacija, pojednostavljivanja određenih administrativnih postupaka u slučajevima filantropskih davanja (posebno u oblasti obrazovanja) i kvalitetnijeg uređivanja pravnih akata koji se tiču zapošljavanja osoba sa invaliditetom.

- Iako nisu detaljnije upoznati sa konceptima socijalnog preduzetništva i preduzetničke filantropije, većina donatora zainteresovana je da sazna nešto više o ovim konceptima, što potrebu daljeg promovisanja i osveščivanja principa među donatorima koji su zainteresovani da doprinesu društvu kroz ove modele čini još većom.

Preporuka: poželjno je stvoriti okvir u okviru kojeg će imućni pojedinci zainteresovani za unapređivanje svojih filantropskih aktivnosti biti upoznati sa konceptom socijalnog preduzetništva i preduzetničke filantropije, tj. sa prednostima koje oni imaju u odnosu na „tradicionalne“ oblike davanja.



Glavni zaključak i preporuka

Primetan je postepeni razvoj pristupa u oblasti davanja koji je sve više strateški, a sve manje ad hoc, a prati ga i formalizacija samog procesa odlučivanja o davanjima. Ipak, društveni kontekst, zakonske i druge prepreke negativno utiču na visinu davanja, odnosno na spremnost donatora za bavljenje filantropskim aktivnostima.

Ovi faktori uzrokuju postojanje izrazito niskog stepena poverenja donatora prema:

- javnim institucijama, posredničkim subjektima i drugim partnerima, usled bojazni od mogućih zloupotreba i kompromitovanja;
- delu javnosti koji iskazuje negativne komentare i kritike, te se iz tog razloga o donacijama retko govori javno.

Rad na otklanjanju ovih prepreka i daljoj promociji filantropije, koji bi trebalo da prate jačanje motivacije za davanja, promovisanje veće uključenosti imućnih pojedinaca u podržane projekte i njihovo upoznavanje sa prednostima strateškog ulaganja u zajednicu, posebno primenom inovativnih filantropskih principa, mogu značajno podstaći dalji razvoj kulture davanja u Srbiji.



Aneks I – Pozivno pismo

Poštovani,

Sa velikim zadovoljstvom pozivamo Vas da uzmete učešće u istraživanju koje sprovodi Smart Kolektiv o davanjima za opšte dobro i ulaganjima u razvoj lokalnih zajednica pojedinaca koji poseduju kapital visoke vrednosti u Srbiji (*High Net Worth Individuals*).

Poznata globalna inicijativa Zavet za davanje (The Giving Pledge) koju su 2010. godine pokrenuli Bil i Melinda Gejts zajedno sa Vorenom Bafetom danas okuplja 183 milijardera koji su se javno zavetovali da će više od polovine svog bogatstva usmeriti na filantropska davanja. Ipak, u Srbiji je kultura takva da su javna istupanja imućnih pojedinaca na ovu temu retka, a ne postoje ni podaci o tome koliko naši imućni sugrađani zapravo doprinose razvoju društva, u koje teme najviše ulažu, da li ulaganja rastu ili opadaju tokom godina i koji faktori utiču na njihovu spremnost i donošenje odluka za ulaganje u razvoj zajednice. Takođe, od značaja je i identifikacija prepreka na koje filantropi nailaze i definisanje preporuka za unapređenje pravnog okvira koje bi doprinelo boljim uslovima za davanja za opšte dobro.

Prvo istraživanje ove vrste u Srbiji, predstavlja jedinstvenu priliku da se identifikuju stavovi i motivi za davanja imućnih pojedinaca koji igraju vitalnu ulogu u filantropskom ekosistemu svakog društva. **Iz tog razloga, veoma nam je važno Vaše mišljenje i ovom prilikom pozivamo vas da učešćem u istraživanju i na ovaj način doprinesete daljem razvoju filantropije u Srbiji.**

*Istraživanje sprovodi Smart kolektiv zahvaljujući podršci Američke agencije za međunarodni razvoj – USAID. Istraživanje je deo projekta **Unapređenje okvira za davanje**, koji Smart Kolektiv sprovodi u koaliciji sa organizacijama Forum za odgovorno poslovanje, Fondacija Ana i Vlade Divac, Trag Fondacija, Fondacija Katalist, Srpski Filantropski Forum i Privredna komora Srbije.*



Najljubaznije vas molimo da potvrdite svoju zainteresovanost za učešće u istraživanju i da, u skladu sa svojom agendom, predložite termine za intervju u periodu od 30.avgusta do 10.septembra koji bi vam najviše odgovarali. Više informacija o istraživanju nalazi se u produžetku pisma.

Na intervjuima će ispred Smart Kolektiva učestvovati Neven Marinović, direktor. A u međuvremenu, za sva dodatna pitanja i informacije, stojimo vam na raspolaganju i možete nas kontaktirati putem mejla: teodora.pasulj@smarkolektiv.org ili telefona: 063599943

S poštovanjem,
Neven Marinović

O Istraživanju

Istraživanje se sprovodi putem struktuiranog intervjua u trajanju do 60 minuta.

Na ovaj način sakupljaju se kvalitativni podaci: motivacija za davanja, stavovi i iskustva o davanju, planovi za davanja u narednom periodu i preporuke za unapređenje okvira za filantropiju u Srbiji. Drugi deo usmeren je na prikupljanje kvantitativnih podataka koji podležu poverljivosti: visina prihoda, vrednost kapitala, visina ukupnih davanja, visina davanja po temama itd. Pitanja će biti dostavljena unapred.

Sakupljeni podaci korišće se za izradu analize i komuniciraće se isključivo u vidu zbirnih rezultata i zaključaka. Istraživanje neće otkrivati bilo kakve lične informacije, a Smart Kolektiv će sa učesnicima potpisati ugovor o poverljivosti u kojem će biti definisani načini prikupljanja, čuvanja i korišćenja prikupljenih podataka.

Više o Smart kolektivu: <https://smarkolektiv.org/>

Aneks II – Pitanja za intervju

ISTRAŽIVANJE:

DAVANJA OSOBA SA VISOKOM VREDNOŠĆU KAPITALA

Hvala vam što ste pokazali zainteresovanost da uzmete učešće u istraživanju koje sprovodi Smart Kolektiv o davanjima za opšte dobro i ulaganjima u razvoj lokalnih zajednica pojedinaca koji poseduju kapital visoke vrednosti u Srbiji (*High Net Worth Individuals*).

Prvo istraživanje ove vrste u Srbiji, predstavlja jedinstvenu priliku da se identifikuju stavovi i motivi za davanja imućnih pojedinaca koji igraju vitalnu ulogu u filantropskom ekosistemu svakog društva. **Iz tog razloga, veoma nam je važno Vaše mišljenje i ovom prilikom pozivamo vas da učestvujete u istraživanju i na ovaj način doprinesete daljem razvoju filantropije u Srbiji.**

Istraživanje se sprovodi putem struktuiranog intervjua u trajanju do 60 minuta.

Na ovaj način sakupljaju se kvalitativni podaci: motivacija za davanja, stavovi i iskustva o davanju, planovi za davanja u narednom periodu i preporuke za unapređenje okvira za filantropiju u Srbiji. Drugi deo

usmeren je na prikupljanje kvantitativnih podataka koji podležu poverljivosti: visina prihoda, vrednost kapitala, visina ukupnih davanja, visina davanja po temama itd. Pitanja će biti dostavljena unapred.

Sakupljeni podaci korišće se za izradu analize i komuniciraće se isključivo u vidu zbirnih rezultata i zaključaka. Istraživanje neće otkrivati bilo kakve lične informacije, a Smart Kolektiv će sa učesnicima potpisati ugovor o poverljivosti u kojem će biti definisani načini prikupljanja, čuvanja i korišćenja prikupljenih podataka.

*Istraživanje sprovodi Smart kolektiv zahvaljujući podršci Američke agencije za međunarodni razvoj – USAID. Istraživanje je deo projekta **Unapređenje okvira za davanje**, koji Smart Kolektiv sprovodi u koaliciji sa organizacijama Forum za odgovorno poslovanje, Fondacija Ana i Vlade Divac, Trag Fondacija, Fondacija Katalist, Srpski Filantropski Forum i Privredna komora Srbije.*

Više o Smart kolektivu: <https://smarkolektiv.org/>

Grupa pitanja/tema za diskusiju br. 1: LIČNI MOTIVI I ISKUSTVA

1. *Kako vidite svoju ulogu u podršci društvu? Šta vas lično motiviše da pomažete društvu i donirate za opšte dobro?*
2. *Koje društvene teme ili društvene grupe su vama posebno značajne da ih podržite?*
3. *Koji tip resursa ste do sada donirali (novac, oprema, znanje)?*
4. *Kada ste počeli da donirate?*
5. *Na koji način ste realizovali vaša filantropska davanja do sada – da li kao pojedinac, preko kompanije, preko fondacije.... ?*
6. *Da li i koju vrstu priznanja/zahvalnosti očekujete za učinjeno dobro?*

Grupa pitanja/tema za diskusiju br. 2: SRUKTURA I MEHANIZMI DONIRANJA

1. *Na koji način odlučujete koliko će sredstava na godišnjem nivou biti izdvojeno za filantropska davanja ? Koliko sredstava okvirno izdvajate godišnje za filantropska davanja?*
2. *Za koje teme/ciljne grupe donirate sredstva? Na koji način odlučujete za koje teme i/ili ciljne grupe će biti donirana sredstva?*
3. *Ko su najčešći korisnici donacija? (humanitarna udruženja, socijalna preduzeća, institucije)*
4. *Da li direktno dajete drugim organizacijama ili imate saradnju sa posredničkim organizacijama? Kakva su vam iskustva iz tih saradnji?*
5. *Da li i kako merite društveni i ekonomski uticaj svojih donacija?*
6. *Da li imate iskustva sa doniranjem drugih resursa osim novca: znanje, oprema, imovina?*

Grupa pitanja/tema za diskusiju

br. 3:

PLANOVI I TREND OVI

1. *Kada razmišljate o narednim koracima, da li planirate da iznos za filantropske aktivnosti povećavate ili smanjujete u odnosu na prethodnu godinu?*
2. *Koje oblasti će biti u fokusu vaših filantropskih aktivnosti u narednom periodu? Ukoliko se razlikuju od prethodnih prioriteta, zbog čega je došlo do promene?*
3. *Da li ste razmišljali o nekim načinima za unapređenje vaših davanja zajednici? Šta je to što biste voleli da vidite kao efekat/rezultat?*
4. *Šta je to što bi država/društvo trebalo da uradi da se poveća poverenje i filantropska aktivnost pojedinaca? Kakve olakšice ili podsticaje biste voleli da vidite od strane države?*
5. *Da li imate želju da se direktnije angažujete i uključite u sam proces realizacije filantropskog davanja?*

Grupa pitanja/tema za diskusiju br. 5:

IMPAKT INVESTIRANJE – ULAGANJE U POZITIVAN DRUŠTVENI UTICAJ

1. *Da li ste razmatrali podršku zajednici kroz neke inovativne modele filantropije – npr. preduzetničke/venture filantropije? Da li ste upoznati sa konceptom?*
2. *Da li biste bili zainteresovani da investirate po principima preduzetničke filantropije - da ulažete po investitorskim principima u društveni uticaj?*

Grupa pitanja br. 5:

DEMOGRAFSKI PODACI *(okvirni iznosi)

1. Kolika je ukupna procenjena vrednost vašeg kapitala:

- 50 do 100 miliona RSD
- 100 do 500 miliona RSD
- 500 miliona do 1 milijarda RSD
- 1 do 1.5 milijarda RSD
- 1.5 do 2.5 milijarde RSD
- 2.5 do 3 milijarde RSD
- 3 do 5 milijardi RSD
- 5 do 10 milijardi RSD
- Preko 10 milijardi RSD

2. Kolika je visina vaših

- 25 do 50 miliona RSD
- 50 do 100 miliona RSD
- 100 do 250 miliona RSD
- 250 do 500 miliona RSD
- Preko 500 miliona RSD

godišnjih prihoda:

3. Da li ste kao pojedinac ili kompanija platili porez na donacije u 2017.godini? Ukoliko da, koja je bila vrednost plaćenog poreza na donacije?

- Da Vrednost plaćenog poreza na donacije u 2017 : _____
- Ne

Zahvaljujemo se na izdvojenom vremenu i učešću u istraživanju!

Aneks III – Kvantitativna pitanja

Grupa pitanja br. 1: OPŠTE INFORMACIJE O KOMPANIJI/POJEDINAČNOM DONATORU

1. Kolika je ukupna procenjena vrednost vašeg kapitala:

- 50 do 100 miliona RSD
- 100 do 500 miliona RSD
- 500 miliona do 1 milijarda RSD
- 1 do 1.5 milijarda RSD
- 1.5 do 2.5 milijarde RSD
- 2.5 do 3 milijarde RSD
- 3 do 5 milijardi RSD
- 5 do 10 milijardi RSD
- Preko 10 milijardi RSD

2. Kolika je visina vaših godišnjih prihoda:

- 25 do 50 miliona RSD

- 50 do 100 miliona
- 100 do 250 miliona RSD
- 250 do 500 miliona RSD
- Preko 500 miliona RSD

RSD

Grupa pitanja br. 2: VISINA, STRUKTURA I MEHANIZMI DAVANJA

1. Kolika je ukupna vrednost donacija (davanja) za filantropske svrhe vas kao pojedinca i/ili vaše kompanije u 2015. 2016. i 2017.godini? Izraženo u USD

Vrednost filantropskih davanja	2015.	2016.	2017.
Kao pojedinac			
Kompanije čiji je ispitanik vlasnik			

2. Koliki je procenat godišnjih prihoda pojedinca i/ili kompanije izdvojen za filantropska davanja?

Procenat prihoda za filantropska davanja	2015.	2016.	2017.
Kao pojedinac			
Kompanije čiji je ispitanik vlasnik			

3. Koje su bile najzastupljenije oblasti davanja u 2017.? Molimo vas da unesete broj donacija u svakoj oblasti i okvirnu vrednost donacija u toj oblasti izraženu u USD.

OBLAST	Broj	Vrednost	OBLAST	Broj	Vrednost
Obrazovanje:			Nauka:		
Kultura i umetnost:			Zdravstvo:		
Zaštita životne sredine:			Individualne donacije građanima za lečenje:		
Javna infrastruktura:			Smanjenje siromaštva:		

Sport:			Pomoć u vanrednim situacijama:		
Religijske institucije:			Ekonomski razvoj:		
Kulturno i istorijsko nasleđe:			Ljudska prava i građanski aktivizam:		
Briga o životinjama:			Drugo:		

4. Koje ciljne grupe su u fokusu vaših filantropskih davanja?

(Molimo da odaberete jednu ili više oblasti)

Deca i Mladi		Odrasli		Žene i deca	
Mladi generalno (sa teritorije Srbije)	<input type="checkbox"/>	Opšta populacija (teritorija Srbije)	<input type="checkbox"/>	Žene koje su preživeli nasilje	<input type="checkbox"/>
Mladi iz određenih lokalnih zajednica	<input type="checkbox"/>	Populacija određene lokalne zajednice	<input type="checkbox"/>	Žene žrtve trgovine ljudima	<input type="checkbox"/>
Mladi koji su ekonomski ugroženi	<input type="checkbox"/>	Ekonomski ugroženi	<input type="checkbox"/>	Žene sa novorođenčadima	<input type="checkbox"/>
Mladi sa zdravstvenim problemima	<input type="checkbox"/>	Osobe sa zdravstvenim problemima	<input type="checkbox"/>	<u>Drugo:</u>	
Mladi sa invaliditetom	<input type="checkbox"/>	Osobe sa invaliditetom	<input type="checkbox"/>		
Mladi iz manjinskih zajednica	<input type="checkbox"/>	Pripadnici manjinskih zajednica	<input type="checkbox"/>		
Mladi iz određene religijske zajednice	<input type="checkbox"/>	Pripadnici određenih religijskih zajednica	<input type="checkbox"/>		
Mladi izbeglice/interno raseljeni	<input type="checkbox"/>	Izbeglice/Interno raseljena lica	<input type="checkbox"/>		
Mladi stanovnici drugih zemalja	<input type="checkbox"/>	Migranti	<input type="checkbox"/>		
Mladi bez roditeljskog staranja	<input type="checkbox"/>	Stanovnici drugih zemalja	<input type="checkbox"/>		
Talentovani mladi	<input type="checkbox"/>	LGBT populacija	<input type="checkbox"/>		
Mladi u riziku - žive na ulici	<input type="checkbox"/>	Nezaposleni	<input type="checkbox"/>		
Mladi u riziku – maloletni prekršioc zakona	<input type="checkbox"/>	Starija populacija	<input type="checkbox"/>		

<u>Drugo:</u>		Beskućnici	<input type="checkbox"/>		
		<u>Drugo:</u>			

5. Ko su najčešći korisnici donacija? (Molimo vas da odaberete jedan ili više odgovora)

Tradicionalna humanitarna udruženja	<input type="checkbox"/>	Državne institucije (škole, bolnice...)	<input type="checkbox"/>	Pojedinci i porodice	<input type="checkbox"/>
Udruženja koja imaju prihode	<input type="checkbox"/>	Verske institucije	<input type="checkbox"/>	<u>Drugo:</u>	<input type="checkbox"/>
Socijalna preduzeća	<input type="checkbox"/>	Lokalne samouprave	<input type="checkbox"/>	<u>Drugo:</u>	<input type="checkbox"/>

6. Koji mehanizmi davanja su korišćeni i u kom procentu tokom 2017.godine?

Direktna davanja krajnjim korisnicima (pojedincima, udruženjima, institucijama)	
Davanja preko posredničkih organizacija	
Davanja preko Fondacije koja je osnovana od strane pojedinca/kompanije	

Obrazloženje: _____

7. Da li ste kao pojedinac ili kompanija platili porez na donacije u 2017.godini? Ukoliko da, koja je bila vrednost plaćenog poreza na donacije?

- Da Vrednost plaćenog poreza na donacije u 2017 : _____
- Ne

Grupa pitanja 3: DEMOGRAFSKI PODACI* (popunjavanje ovih podataka je opciono)

1. Ime i prezime:



USAID
OD AMERIČKOG NARODA

smart
KOLEKTIV



2. Naziv i sedište kompanije:

3. Funkcija:
