**105 milijonov evrov – to je človekoljubni potencial slovenske družbe**

**Raziskave kažejo, da bi z ustrezno motivacijo državljani Slovenije donirali več – več kot dvakrat toliko, kot prispevajo trenutno. Poleg tega so podjetja začela delovati odgovorno in trajnostno, pri tem pa jih motivirajo vse bolj ozaveščeni zaposleni, vlagatelji in potrošniki. Kljub temu strokovnjaki opozarjajo, da še vedno obstajajo različne mehke, davčne in pravne ovire, ki otežujejo poln razvoj ogromnega človekoljubnega potenciala naše države. To so zaključki raziskav, ki so jih izvedli v Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe v letu 2022**.

Ukrepi, ki jih sprejemajo vlade in javna uprava, so nujni za gradnjo podpornega ekosistema družbenega vpliva, vendar so podjetja tista, ki imajo največjo gonilno silo za spremembe, meni 6 od 10 prebivalcev držav srednje in vzhodne Evrope. Izdelke in storitve, ki jih ponujajo družbeno odgovorne blagovne znamke, je izbralo že 44 % Slovencev, 35 % jih je že pripravljenih zanje plačati več. To so zaključki raziskave z naslovom [**»Filantropija v Srednji in Vzhodni Evropi (CEE) 2022«**](https://ceeimpact.org/our-initiatives/si-philanthropy-in-cee-2022/), ki so jo med prebivalci Slovenije, Bolgarije, Hrvaške, Estonije, Latvije, Litve in Romunije junija 2022 izvedli v Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe. Ista raziskava kaže, da čeprav Slovenci človekoljubnim dejavnostim trenutno namenimo 41 milijonov evrov, je naš potencial veliko večji – 105 milijonov evrov.

**Kako okrepiti ekosistem družbenega vpliva in v Sloveniji omogočiti darovanje, ki je bolj informirano, namerno in vplivno?**

Odgovori so v poročilu [»Filantropija in družbena odgovornost podjetij v Srednji in Vzhodni Evropi | SLOVENIJA«](https://ceeimpact.org/slovenija-filantropija-in-CSR-v-SVE/). Skupaj z organizacijami, ki oblikujejo slovenski ekosistem družbenega vpliva, so Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe, AmCham Slovenia, Ketler & partnerji, članica Karanovic, s podporo Google.org identificirali najpomembnejše ovire in potencialne spodbude za podjetja in posameznike ter predlagali spremembe.

»Podjetja in posamezniki so vse bolj pripravljeni vključiti svoje vire – denar, čas in spretnosti – za reševanje najbolj perečih družbenih in okoljskih izzivov. V interesu nas vseh je, da jim to delo olajšamo. Upamo, da jim bodo priporočila, ki smo jih pripravili v poročilu za Slovenijo, pomagala določiti prioritete in sprejeti ustrezne ukrepe,« je dejala **Anna Korzeniewska, ustanoviteljica Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe.**

**Davčne olajšave za korporativne donatorje**

Rezultati raziskave kažejo, da so za donatorje, ki delujejo kot pravne osebe, vključno s samostojnimi podjetniki, **davčne olajšave na voljo, a so nizke** – do 1 % obdavčljivih prihodkov in 3,8 % za donacije vrhunskemu športu. To vodi v nizek odstotek podjetij, ki na tak način delujejo. Podjetja tudi nimajo finančnih davčnih koristi za opravljanje t. i. pro bono dela. Strokovnjaki priporočajo začetek razprave o **davčnih olajšavah za korporativne donatorje – kaj bi jih spodbudilo, da bi se s svojim kapitalom, sposobnostmi zaposlenih ipd. bolj ukvarjali s socialnimi vprašanji.** »Vredno je izboljšati pravne in davčne ugodnosti, da spodbudimo tako podjetja kot tudi posameznike, da učinkovito podpirajo neprofitne organizacije in javno upravo pri spopadanju z najbolj perečimi družbenimi in okoljskimi izzivi. Davčne olajšave bi bile pomemben korak, da bi bili kot država bolj družbeno odgovorni«, je dejal **Kevin Rihtar iz Ketler & partnerji, članica Karanovic.**

**Koristi za podjetja, ki se ukvarjajo z družbeno dejavnostjo**

Strokovnjaki trdijo, da je treba uvesti **nove ugodnosti za podjetja, ki se ukvarjajo z družbeno dejavnostjo** – na primer, s **prednostnimi pogoji v zakonodaji o javnem naročanju.** To bi lahko storili z uvedbo dodatnih socialnih meril v zakonu o javnem naročanju, ki bi korporativne donatorje na javnih razpisih nagrajevala z dodatnimi točkami.

**Pridobitna dejavnost nepridobitnih organizacij**

Vodenje pridobitne dejavnosti, torej prodaja izdelkov in storitev, je pomemben steber, ki krepi stabilnost in sistemsko rast nepridobitnih organizacij. Slovenska zakonodaja izrecno zahteva, da **nepridobitne organizacije plačujejo davek od dohodka pravnih oseb iz pridobitne dejavnosti**. Zato morajo voditi ločene bilance, računovodstvo in poročanje. Vredno je pogledati rešitve, ki veljajo na drugih trgih srednje in vzhodne Evrope, kjer je dohodek, ustvarjen s pridobitno dejavnostjo, z določenimi omejitvami, oproščen davka, dokler se uporablja za doseganje zakonskih ciljev organizacije.

**Pomanjkanje sistematiziranega znanja in potreba po celovitem izobraževanju**

V Sloveniji obstaja vrsta zelo dragocenih pobud, povezanih z izobraževanjem in popularizacijo znanja na področju družbene odgovornosti. Univerze temo za tiste, ki jih zanima, že vključujejo v svoje programe. Še vedno pa ni dovolj skupnega sistematiziranega znanja, ki bi bilo usklajeno med različnimi skupinami. Podjetja in vlagatelji ga potrebujejo, da bodo lahko bolje vključevali družbene cilje v svoje poslovanje. Zato je pomembno uvesti usklajeno izobraževalno strategijo za različne skupine (podjetja, družbeni sektor, vlagatelji) in že v zgodnjih fazah izobraževanja.

»V današnjem času so podjetja še bolj kot kdaj koli prej odgovorna za okolje, družbo, upravljanje in tehnologijo (ESGT). Z ustreznim in strukturiranim pristopom, vedno bolj ozaveščenimi zaposlenimi, vlagatelji in potrošniki ter nekaj zakonodajnimi spremembami lahko Slovenija izkoristi svoj potencial in še razširi svoj družbeni učinek,« je dejala **Ajša Vodnik, generalna direktorica AmCham Slovenija in podpredsednica AmChams in Europe.**

**Liza Belozerova, Senior Manager za Evropo, Srednji vzhod in Afriko pri Google.org**, v katerem so podprli to raziskavo, je dodala: »Za razvoj trajnostne filantropije potrebujemo zanesljive podatke in izmenjavo znanj. Srednja in vzhodna Evropa ima dobro priložnost, da nadaljuje z gradnjo kulture filantropije in trajnostne družbene podpore. Zato je pomembno strateško in dolgoročno vključevati vse družbene akterje.«

Celotno poročilo, ki se nanaša na raziskavo, je v slovenskem jeziku dostopno na tej povezavi: <https://ceeimpact.org/slovenija-filantropija-in-CSR-v-SVE/>

Raziskava »Filantropija in družbena odgovornost podjetij v Srednji in Vzhodni Evropi | SLOVENIJA« je bila izvedena s strani Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe, AmCham Slovenija, Karanovic & Partners Slovenija, s podporo Google.org. Nastala je oktobra in novembra 2022 na podlagi intervjujev s predstavniki poslovnih organizacij, vlagateljev, krovnih nevladnih organizacij, akademske sfere in organizacij, ki podpirajo družbeno udejstvovanje. Sodelujoči strokovnjaki so predstavniki 23 skrbno izbranih organizacij.