



 sharity



Think wise. Share smart.



A Sharity indokoltága

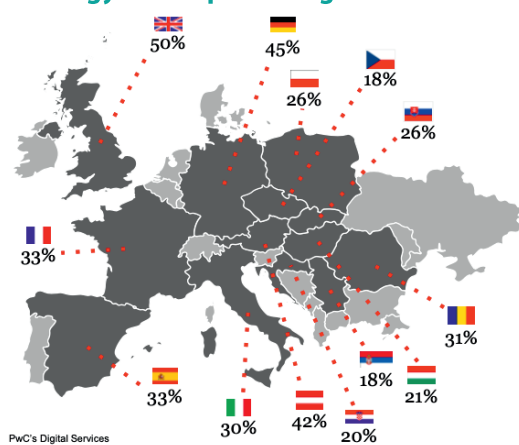
A **Charities Aid Foundation** minden évben elkészíti a World Giving Index című kiadványát, melyben az egész világra kiterjesztve vizsgálja az emberek jótékonykodási hajlandóságát. Ennek keretében három kérdésben készítenek felmérést:

1. Segítettél-e valaha egy ismeretlennek, vagy bárkinek, akiről nem volt tudomásod, hogy segítségre szorul?
2. Adományoztál-e már pénzt jótékonyági célra?
3. Vettél-e már részt önkéntes munkában valamilyen szervezetnél?

Magyarország ún. „World Giving Indexe” 2018-ban a 144 országból álló világranglistán a **119. helyezést (!!) érte el** olyan országok mellett, mint Mexikó, Kongó, Ecuador. Az első kérdésre adott válaszokból a 125., a második esetében a 82., a harmadikban pedig a 115. helyen végzett.

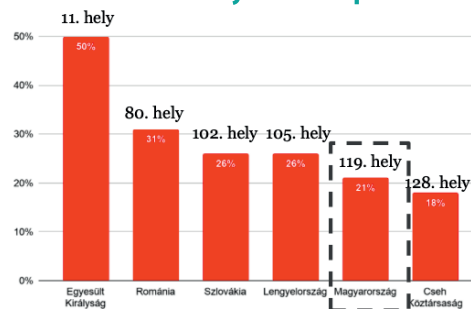
Magyarország jelentősen elmarad az európai, sőt, a kelet-európai átlagtól is.

CAF World Giving Index értéke egyes európai országokban



* Forrás: CAF World Giving Index 2017

Fontosabb országok CAF-helyezése és pontszáma



A CAF felméréséből látható, hogy hazánk a nyugat-európai országoktól jócskán, két visegrádi országtól pedig kis mértékben el van maradva jótékonykodási hajlandóság terén. A V4-ek közül egyedül a cseheket tudjuk megelőzni.

forrás: CAF World Giving Index 2017

1. ábra: A CAF World Giving Index értéke egyes európai országokban

A projekt indokoltágát az alábbi tényezők támasztják alá:

- Világszerte a közhasznú szervezetekre vonatkozó **szabályozások** - tekintettel arra, hogy a jog elsősorban civil szervezetekként kezeli őket - **nem garantálják** az adományozók részére az adomány ellenőrizhető, transzparens elköltését.
- A cégek **CSR tevékenysége** keretében végzett jótékonykodása így **magas kockázattal** jár (az esetlegesen jogszerűtlenül felhasznált adomány miatti botrányok végett), az adományok ellenőrzése saját humánerőforrást köt le, ami extra költséget jelent az adományozóknak, különösen a jelenlegi humánerőforrás- hiányos helyzetben.
- Magányszemély adományozóknak **nincs lehetőségük az adományok ellenőrzésére**, így az adományozási hajlandóság alacsony.
- Az adományok költséghatékony felhasználása csak a közhasznú szervezet vezetőségének magatartásán múlik, így a jótékony cél megvalósulása ellenére is elképzelhető, hogy arra a „drágább úton” kerül sor. Az adományozók nincsenek tisztában azzal, hogy a **közhasznú szervezet működése költséghatékony-e**, az adományokból mekkora összeget fordítanak a működéshez kapcsolódó személyi és dologi kiadásokra és az arányban áll-e a szervezet működésének hatékonyságával.
- Az adományozók és a közhasznú szervezetek **nehezen találják meg egymást**, nincs átfogó, összefoglaló adatbázis.

A Sharity célja

A Sharity a kor innovatív elvárásainak megfelelő IT megoldásokat alkalmazva biztosítja az átláthatóságot és ezáltal a teljes körű biztonságot a jótékonyági felajánlások, adományok különböző módú felhasználása terén.

A Sharity

- **összeköti** az adományozókat a jótékonyági szervezetekkel, saját célra nem gyűjt adományokat,
- teljes körű képet ad az adományozónak a jótékonyági szervezet céljairól, működéséről,
- **ÁSZF rendszer** és belső szabályzatok létrehozásával jobb kereteket ad a szereplők közötti jogviszonyok és azok feltételeinek kialakításához,
- az adományozók részére biztosítja a bankkártyás adományozás lehetőségét, a cégek részére a CSR tevékenység keretében a közvetlen utalást, vagy akár a cég által forgalmazott termékek, szolgáltatások árába beépített jótékonyági-árrés adományoknak a kiválasztott jótékonyági szervezetek részére történő eljuttatását,
- **visszajelzést ad** az adomány felhasználásáról, a cél eléréséről,
- **ellenőrzési és minősítési rendszer** működtetésével tájékoztatást ad a jótékonyági szervezet megbízhatóságáról,
- **online közösséget épít** a jótékonykodni vágyók részére,
- elősegíti az önkéntes munka végzésének lehetőségét,
- még **kiaknázatlan anyagi erőforrásokat von be** az adományozás rendszerébe.

A Sharity a fent összefoglalt funkcióval

- hozzájárul az adakozási hajlandóság növekedéséhez,
- az adományok összegének növekedéséhez,
- elősegíti új közhasznú szervezetek létrejöttét és finanszírozását,
- megerősíti a meglévő, valódi értékeket képviselő közhasznú szervezetekbe vetett bizalmat,
- az adományokon túlmutató finanszírozási módokat fejleszt ki, ami összességében növeli a jótékony célra fordítható összegeket,
- országos szinten növeli az önkéntes munka mennyiségét,
- elősegíti a másokért érzett felelősségtudat általános gondolkodásmódba történő beépülést.

A Sharity célcsoportja

Perszóna definiálása

A SharTly potenciális felhasználóira két perszónát azonosítottunk, melyeket eltérő módon lehet megcélozni

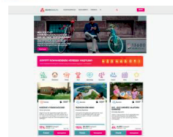


Forrás: The Street: Why Millennials Are More Charitable Than the Rest of You 2018; Blackbaud Institute: Charitable Giving Report 2017; The Guardian: Millennials give more generously and carefully to charity, study nds 2017;

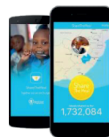


Hasonló megoldások elemzése

Magyarországon csak kevés, világszerte azonban sokféle, digitális megoldásra épülő adakozási projekt fut sikerrel, ugyanakkor ezen megoldások jellemzően passzív felhasználást biztosítanak a transzparencia, visszajelzések, hatékonyságmérés és közösségi élmény nélkül. A teljesség igénye nélkül összegyűjtöttünk párat:



A NIOK Alapítvány által üzemeltetett kezdeményezés lényege, hogy a hazai regisztrált nonprofit szervezetek különböző kampányokra tudnak adományokat gyűjteni magánszemélyektől.



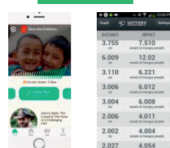
Az ENSZ WFP által üzemeltetett applikációban a magánszemélyek fix áras "csomagokkal" támogathatják harmadik világbeli gyerekek ételmezését.



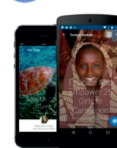
Az amerikai weboldalon az adományozók virtuális "tombolajegyeket" tudnak venni, melyekkel sorsoláson vesznek részt, és ha nyernek, világsztárokkal találkozhatnak.



A brit Snapdonate az okostelefon kamerája segítségével képes felismerni közel 100 nonprofit szervezet logóját, melyeknek azonnal, a telefonon keresztül lehet adakozni. További 13 ezer szervezet érhető el a keresőből.



Az alkalmazás nyomon követi a felhasználó mozgását, ha az fut, sétál vagy biciklizik, és a megtett kilométerek alapján a Charity Miles nagyvállalati szponzori reklám költségvetésük egy részét nonprofit szervezeteknek küldik.



A Google One Today applikációja segítségével a felhasználók egy érintéssel tudnak 1 dollárt felajánlani az applikációban lévő számos cél közül. A felajánlás megosztható az ismerősökkel, ők is bevonhatók.

Külföldön már működnek olyan applikációk, weboldalak, amelyek célja a különféle közhasznú szervezetek összegyűjtése és bemutatása. Egyesek biztosítják a bankkártyás fizetéssel történő támogatás lehetőségét, azonban egyik sem koncentrálna a támogatók valós igényeire, **nem közvetítenek megbízhatóságra vonatkozó információt a támogatók felé**, legfeljebb az adott oldalt, applikációt kezelő szervezet neve nyújthat garanciát a támogatóknak a közhasznú szervezetek megbízhatósága tekintetében, azonban aligha hihető, hogy ezen szervezetek rendelkeznek kapacitással a valódi ellenőrzések lefolytatására.

A Sharity más applikációkkal és weboldalakkal szemben lehetőséget ad arra, hogy bankkártyás támogatás mellett egyéb anyagi erőforrások is bevonásra kerüljenek a jótékony célú támogatások rendszerébe. Ennek eredményeként nem csak az adakozási hajlandóság növekszik majd, hanem ezáltal a nemzetgazdasági szinten összegyűjthető támogatások mennyisége is.

Sharity működési modellje

- A Sharity egy **mobil applikáció**, amit felhasználók letölthetnek az Appstore-ból vagy a Play Áruházból telefonjukra.
- A rendszer működését pedig egy már kidolgozott **ÁSZF szerződéses rendszer** és annak betartását biztosító **monitoring-minősítési szisztéma** biztosítja.
- A **közhasznú szervezetek** egy admin webes felületen regisztrálhatnak az adataik megadásával és az ÁSZF elfogadásával. Az admin felület végigsegíti a jótékonyt a regisztráción, az adatok megadásán, hogy semmi ne maradjon ki, ami szükséges a Sharity-ben való részvételhez.
- A közhasznú szervezetek **adománygyűjtő kampányokat** kezdeményezhetnek konkrét célokra, vagy akár működési költségeik finanszírozására, de ehhez minden részletes adatot, információt meg kell, hogy adjanak a felhasználók részére, amelyhez szintén segítséget nyújt az admin felület, így a kezdő jótékonyt nem fognak hátrányba kerülni a már tapasztalt, profi jótékonyt szervezetekhez képest.
- A **felhasználók** különféle szűrők (pl.: érdeklődési terület, jótékonyt célcsoport, éves bevétel, személyi költségek aránya, szervezet mérete, stb.) segítségével **böngészhetnek** a különféle jótékonyt szervezetek között, és kiválaszthatják a számukra legszimpatikusabbakat, melyeket folyamatosan **nyomon követhetnek** az applikációban. Amennyiben **adományozni** szeretnének, úgy azt bármikor megtehetik egy gombnyomással a bankkártyájuk terhére, amelyhez már egy ismert és megbízható Paymentgate szolgáltatót, vagy más megbízható pénzküldési megoldást veszünk igénybe, így bankkártya adatok megadása nem szükséges. Cégek esetében, amennyiben ezen megoldások nem megfelelőek, úgy a közvetlen utalás lehetőségét is biztosítjuk. A kampány keretösszegének feltöltése folyamatosan látható az applikációban, így a felhasználó tudni fogja, hogy szükséges-e további adomány felajánlása, vagy a kampány lezárult és összegyűlt a forrás a kampány céljára.
- A **jótékonyt szervezetek** az ÁSZF szerint előre megadott formanyomtatványokon rendszeresen **beszámolnak** a szervezet működéséről, az adott kampány keretében összegyűjtött pénz felhasználásáról. Az ennek alapjául szolgáló bizonylatokat (pl.: számlák, szerződések, stb.) feltöltik az admin felületre. A **Sharity** monitoring rendszer okos megoldások, illetve humán erőforrás bevonásával különböző **kockázatelemzési és mintavételi szempontok alapján ellenőrzi** a bizonylatokat és beszámolókat. Természetesen a beszámolókat a felhasználók is nyomon követhetik és az azokban foglaltak alapján dönthetnek, hogy továbbra is támogatják-e a jótékonyt szervezetet vagy sem.
- A Sharity a beszámolókat és ellenőrzéseket alapján **minősítési előmeneteli rendszert működtet**, melynek eredménye **badge-ek formájában megjelenik** az applikációban a jótékonyt szervezet adatain, így a Sharity-n belül folyamatosan feljebb léphetnek a megbízhatósági ranglétrán. E tekintetben a kisebb és nagyobb közhasznú szervezetek között nem lesz különbség.
- Természetesen amennyiben a Sharity visszaélést tapasztal, akkor megteszi a szükséges bejelentéseket a hatóságok irányába az adatok, bizonyítékok megadásával.

A Sharity legfőbb újításai

1. Lehetővé teszi az átlátható, transzparens adományozást az adományozók részére;
2. Közösséget épít az adományozók és jótékonyági szervezetek köreiben, elősegítve ezzel a közöttük lévő kommunikációt, az önkéntesek toborzását, rendezvények szervezését;
3. Új anyagi erőforrásokat von be az adományozás rendszerébe.

1. Transzparencia

A Sharity dokumentált **visszajelzéseket ad az adomány útjáról**. Ellenőrizhető, hogy mikor mekkora összeg gyűlt össze egy adott célra, abból mekkora összeget fordítottak közvetlenül e célra és milyen egyéb járulékos, vagy működési költségek merültek fel.

Az átláthatóság mellett a rendszer kiemelten kezeli majd a felhasználók személyes és a partner szervezetek egyéb **adatainak védelmét**, olyan technikai és jogi megoldásokkal, amelyek garantálják az adatok biztonságát.

2. Közösségépítés

Célja:

- Ösztönözzük a felhasználókat az applikáció folyamatos, mindennapi használatára.
- Mozgósítjuk a felhasználókat annak érdekében, hogy minél aktívabban vegyenek részt a különböző jótékony célok megvalósításában.
- Olyan közösséget hozunk létre, amihez a felhasználók szívesen csatlakoznak és ennek tényét büszkén felvallalják barátaik, ismerőseik előtt, ezzel is bátorítva őket a csatlakozáshoz.
- Megértetni a felhasználókkal, hogy az applikáció garanciákat ad arra, hogy a támogatásuk jó helyre megy, annak elköltése költséghatékony lesz, adataik megfelelő védelmet élveznek, így nyugodt szívvel használhatják az applikációt.

A közösségi program ezért arra épít, hogy híres és köztiszteletben álló személyeket állítsunk az ügy mellé, akik személyes példája mozgósíthatja a felhasználókat. A közösségi programnak arra is figyelemmel kell lennie, hogy ne az alapján „versenyeztessen”, hogy ki mennyi pénzzel tudja támogatni az adott szervezetet, hiszen ez csak erősíti az emberek közötti különbségeket.

A fentiek alapján így egy olyan témát állítunk a középpontba, ami független az anyagi helyzettől, és ezzel egy olyan kérdésben is megoldást tudunk adni a jótékonyág területén, amit a már bemutatott üzleti modell nem képes önmagában megoldani: ez **az önkéntesség**.

A Sharity rendszerében:

- a közhasznú szervezetek lehetőséget kapnak a bemutatkozásra, kapcsolatot tudnak tartani az őket támogató személyekkel, vagy éppen új támogatókat toborozni,
- a felhasználó természetesen közzé teheti azokat az eredményeket, melyek eléréshez ő is hozzájárult, ezzel is arra bátorítva a barátait, hogy csatlakozzanak az applikációhoz, vagy épp az általa támogatott közhasznú szervezetekhez,
- az applikációhoz olyan támogató cégek is csatlakozhatnak, akik CSR tevékenységüket kívánják népszerűsíteni a felhasználók és jótékonyági szervezetek irányába.



„Kövessd a példám, légy Te is Hős!”

Célunk, hogy olyan híres, köztiszteltben álló személyeket mozgósítsunk különféle jótékonyági projektek élére, akik eddigi teljesítményük alapján bizonyították, hogy érdemesek példaképként szolgálni az adott ügyet. Ezen példaképek már jelenleg is sok követővel rendelkeznek a különféle közösségi oldalakon, így a toborzás viszonylag gyorsan és könnyen megoldható. Természetesen a Sharity és más közösségi oldalak összekapcsolása biztosított lesz.

Működés leírása:

- A fentieknek megfelelően különféle topicokat hozunk létre (pl.: betegségek elleni küzdelem, környezetvédelem, ételmezési problémák, gyermekvédelem, mozgássérültek segítése, stb.), amelyek élére egy-egy ilyen példakép kerül, mint nagykövet, aki szívesen vállal önkéntes feladatokat is.
- A topicok alapján a közhasznú szervezetek becsatlakozhatnak a különféle témákhoz céljaik függvényében, és önkéntes toborzást kezdenek.
- A felhasználók szintén becsatlakoznak a topicokon belül a különféle közhasznú szervezetekhez.
- Az applikációban a felhasználók folyamatosan nyomon követhetik a nagykövet önkéntes tevékenységét, lehetőségük van a postokat közzétenni a topicon belül, hozzászólni a nagykövet bejegyzéseihez.
- A felhasználók maguk is közzé tehetik a topicon belül saját önkéntes tevékenységük eredményeit, természetesen a közhasznú szervezetek is beszámolhatnak ezen eredményekről.
- A közhasznú szervezetek egy előre kidolgozott pontozási séma alapján minden önkéntes tevékenységet ponttal jutalmaznak, amiért a felhasználók bizonyos ponthatárok elérésekor badge-eket kaphatnak, amit folyamatosan gyűjthetnek és az adatlapjukon, vagy más közösségi oldalakon közzétehetnek.
- Egy előre meghatározott mennyiségű badge összegyűjtésekor lehetőséget kapnak a felhasználók arra, hogy **a nagykövettel közösen vegyenek részt egy önkéntes munkában**, melyről természetesen média anyag készül és közzétételre kerül a Sharity-n belül, amit a felhasználó megoszthat a közösségi oldalakon.

3. Újanyagi erőforrások bevonása

Szponzoráció:

A közösségépítés lehetővé teszi, hogy egy-egy példakép mellé szponzorok is beállhassanak a jótékonykodásba és pénzügyileg támogassanak különféle jótékonyági rendezvényeket. A várható nagy létszámú közösség jelentős vonzerővel bír a CSR tevékenységüket népszerűsíteni kívánó cégek számára, hiszen jelenleg legfeljebb a közösségi oldalakon az adott céget, vagy az adott jótékonyági szervezeteket követők értesülhetnek az ilyen jellegű céges tevékenységekről. A példaképek, közhasznú szervezetek és ismerősök követése sokkal nagyobb nyilvánossági felületet biztosít a cégek CSR tevékenységének népszerűsítésére.

Reklám:

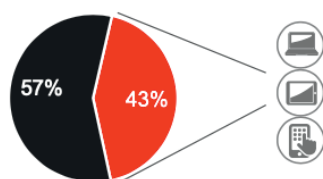
A Sharity rendszere lehetőséget biztosít arra is, hogy reklámozással generáljon anyagi forrásokat jótékonyági projektek és szervezetek támogatása céljából.

A következő ábra jól mutatja, hogy mobil applikációs hirdetések száma jelentősen megnövekedett az elmúlt időszakban.

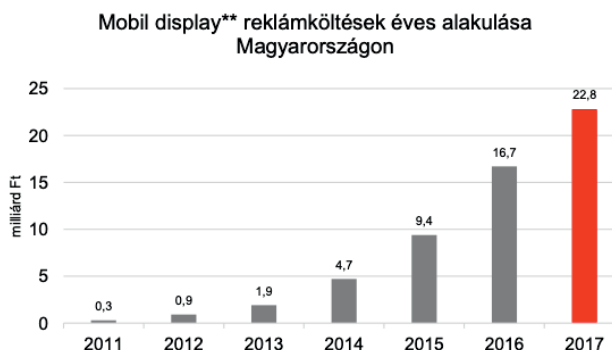
A mobil display hirdetési felületek rendkívüli sebességgel bővülnek az egyébként is egyre jelentősebb display kategórián belül

79,3 Mrd forint a magyarországi reklámköltségek összértéke*

Display reklámköltségek megoszlása a teljes magyarországi reklámköltségekben belül*



■ Display ■ Egyéb



A display kategórián belül a mobil display hirdetési felületek képzik az egyik leggyorsabban növekvő reklámozási piacot. 2016 és 2017 között közel 40%-os bővülést produkált ez a terület Magyarországon.

**A mobil display alatt a mobilra/táblagépre optimalizált weboldalakon megjelenő hirdetések és mobil applikációkban elhelyezett hirdetéseket értjük.

4. ábra: Magyarországi mobil display reklámköltségek összértéke

Ennek megfelelően indokolt, hogy a reklám, mint jótékonyági célú anyagi erőforrás, megjelenjen a Sharity-n belül. Megfelelő adatvédelmi garanciák mellett a Sharity közösség tagjai önként vállalják, hogy az érdeklődési körüknek, vásárlási szokásaiknak megfelelő, általuk kiválasztott témákban **célzott reklámokat** tekintenek meg. A szponzor cég adott reklámjának megtekintése esetén a felhasználó az általa kiválasztott jótékonyági szervezetet pénzügyi támogatásban részesítheti, az általa megnézett reklám díjának összegéből.

A felhasználó egyúttal egy **virtuális kuponon** keresztül adott termékekre vonatkozó kedvezményt is érvényesíthet, a szponzor által meghatározott mértékben. A kupon formája elektronikus QR kód vagy vonalkód, illetve egyéb preferált smart technológia. A reklám megtekintéséről a Sharity rendszere hitelt érdemlő, automatikus üzenetben értesíti a szponzort.

A kupon összege egy átváltási árfolyamon tovább adományozható a kiválasztott jótékonyági szervezet részére, mely esetben a szponzor cég a szóban forgó összeget teljes árú termékvásárlás esetén a kupon felmutatása ellenében elutalja a közhasznú szervezetnek a vásárlást követően.

Hűségkártya rendszerek bevonása

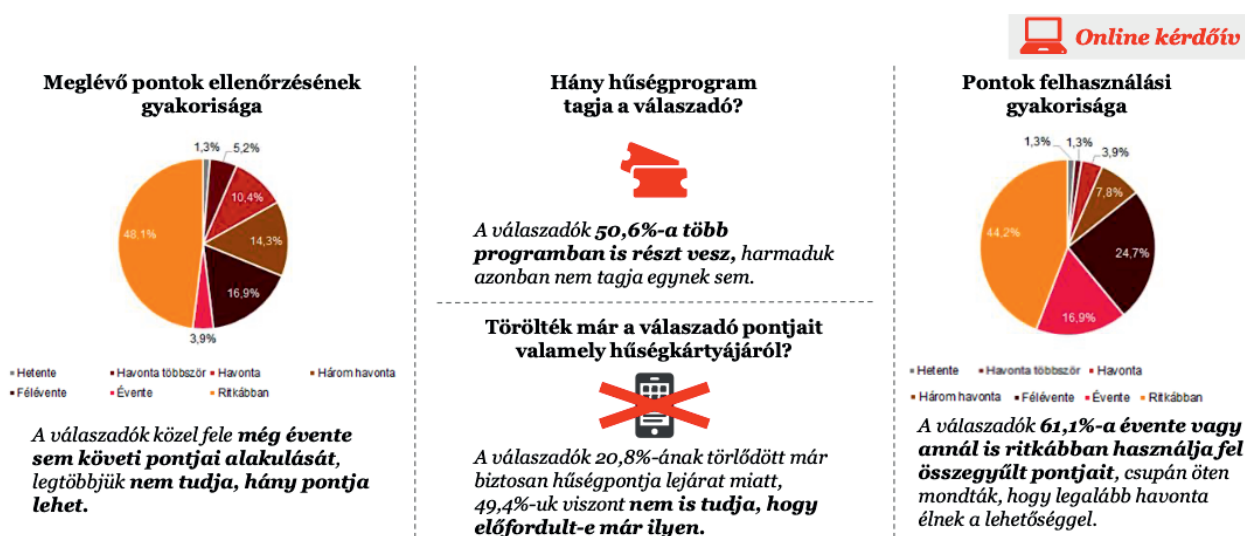
Rendszerünk továbbá egy új szemléletű, innovatív adomány generálási lehetőséget is ajánl olyan cégek számára, amelyek már meglévő hűségkártya rendszert üzemeltetnek (pl.: üzemanyag, kereskedelmi cégek, gyorséttermek, szolgáltató cégek, stb.).

A felhasználó által kiválasztott jótékonyági szervezet részére a **hűségpontok adott átváltási árfolyamon történő felajánlására** nyújtunk lehetőséget a már meglévő hűségkártya rendszerek Sharity rendszerével történő összehangolásán keresztül.



A felmérésünk alapján készített alábbi ábra is jól mutatja, hogy a vásárlók nagy része ugyan rendelkezik valamiféle hűségkártyával, de nem használja rendszeresen, gyakran azzal sincs tisztában, mennyi hűségpontja van, és mire válthatja be. A hűségpontok sok esetben így teljesen elvesznek, melyek komoly összegű értéket testesíthetnek meg. A Sharity-vel ez az érték, amennyiben a kártyahasználó beváltani nem kívánja, egy adott átváltási árfolyamon adományba forgatható át, melynek keretében, mind a kártyabirtokos, mind pedig a kereskedelmi cég adományozóként jelenhet meg.

A hűségpontok tekintetében a magyarokra a kezdeti lelkesedés jellemző, ám a későbbiekben alig-alig foglalkoznak hűségkártyáikkal



5. ábra: Hűségpontokkal kapcsolatos tapasztalatok Magyarországon

Valószínűsíthetően így azon kártyabirtokosok, akik eddig nem használták kártyájukat, a jótékony adományozás érdekében ügyelni fognak a pontok gyűjtésére és eladományozására. A Sharity abban is segítséget nyújthat a kártyafelhasználóknak, hogy folyamatosan rögzíti a hűségpontok aktuális összegét, így a kártyabirtokos egy applikációban nyomon követheti az összes kártyája egyenlegét, ami jelenleg nem megoldott.

A Sharity fenntartható működésének bemutatása

A Sharity folyamatos működését és fenntartását (beleértve minden átláthatósággal kapcsolatos szolgáltatás ellátását, applikáció működtetését stb.) az adomány egy minimális összege fedezné, melynek mértéke az üzleti számítások alapján az **adomány összegének 5%-a**. Ezt az összeget az adományban részesülő közhasznú szervezet fizeti meg a Sharity Innovation Kft. részére jutalékként. Ez az összeg bármikor nyilvánosan elérhető az adományozó számára, aki így előre eldöntheti, hogy a hagyományos adakozást választja, vagy vállalja a Sharity rendszerének keretein belül történő adakozást, mérlegelve a Sharity-vel nyerhető előnyöket.

A 2. ábrán bemutatott 2 célcsoportból kiindulva kiszámítottuk, hogy a Sharity nagyságrendileg milyen letöltés számot érhet el rövidtávon Magyarországon. A rendszerhasználati díjjal kalkulálva az igazolható, hogy a Sharity képes 5 éves időtartamon belül önfenntartóvá, jövedelemtermelővé válni.



Think wise. Share smart.

Sharity Innovation Kft.

info@sharity.hu

www.sharity.hu

