

FILANTROPIJA IZ DRUGOG UGLA – ŠTA O NJOJ MISLE DONOSIOCI ODLUKA?

Istraživanje stavova donosilaca odluka u Srbiji o filantropiji u 2020. godini



Trag fondacija i Globalna agencija za istraživanje javnog mnjenja i tržišta Ipsos Strategic Marketing, tokom jeseni 2020. godine, sprovele su istraživanje stavova donosilaca odluka o filantropiji u Srbiji. U okviru ovog istraživanja izvedeno je 29 dubinskih intervjua sa predstavnicima domaćih i stranih privatnih kompanija i poslovnih udruženja, državnih institucija koje deluju na nacionalnom nivou i nacionalnih i lokalnih organizacija civilnog društva, kako onih sa, tako i onih bez ustaljene prakse davanja za opšte dobro.

Intervjuisani su upitani za razumevanje pojma filantropije, procenu efektivnosti davanja za opšte dobro, stepen razvijenosti filantropije u Srbiji, informisanost o filantropskim akcijama, motivaciju, iskustvo i prepreke za učešće u njima, specifične uloge pojedinih aktera u aktivnostima davanja za opšte dobro, kao i za oblasti na koje davanja treba preusmeriti.

Pred čitaocima se nalaze ključni nalazi i zaključci, izvedeni kako iz ovog talasa istraživanja, tako i u komparaciji sa rezultatima prethodnog istraživanja stavova donosilaca odluka, izvedenog u jesen 2018. godine.

Oba talasa istraživanja stavova donosilaca odluka o filantropiji deo su „Projekta za unapređenje okvira za davanja“, koji sprovodi Koalicija za dobročinstvo, a finansira Američka agencija za međunarodni razvoj (USAID). Koaliciju za dobročinstvo predvodi Fondacija Ana i Vlade Divac, a dodatno je čine Trag fondacija, Smart kolektiv, Catalyst Balkans, Srpski filantropski forum, Forum za odgovorno poslovanje i Privredna komora Srbije.



Zabeleženi su pozitivni pomaci u generalnom razumevanju filantropije i broja uključenih aktera u filantropske aktivnosti, međutim, kako se i dalje najprepoznatljivijim i najčešćim vidom filantropskih davanja smatra prikupljanje novčane pomoći putem SMS poruka za lečenje obolele dece, jasno je da postoji prostor za dalji razvoj filantropske kulture u Srbiji.

Epidemija virusa COVID-19 značajno je uticala na poimanje filantropije i povećanje vidljivosti akcija davanja za opšte dobro, čvršće ih povezujući sa oblašću zdravstva. Kriza izazvana epidemijom navela je korporativne i individualne darodavce da revidiraju svoje planove i preusmere sredstva mahom u nabavku medicinske i zaštitne opreme. Sve je češće mišljenje da vanredne situacije, poput poplava ili epidemija virusa, ukazuju na veliki potencijal i visok stepen solidarnosti među ljudima.

Primarni izvor informisanja o filantropskim davanjima jeste internet, pre svega društvene mreže, internet portali i mejling liste, dok je utisak da se filantropiji ne posvećuje dovoljno pažnje u ostalim medijima.

Ispitanici prepoznaju doprinos poslovnog sektora filantropskim akcijama, ali ništa manje i angažovanje istaknutih, imućnih, nekada anonimnih pojedinaca, kao i ostalih građana. Smatra se da su povećanom angažovanju građana doprinele različite onlajn platforme i grupe na društvenim mrežama, a posebno činjenica da omogućavaju transparentnost u organizovanju filantropskih akcija. Na ovaj način se doprinelo većem poverenju građana u to da njihova donacija neće biti zloupotrebljena.

Kao glavni motivi za bavljenje filantropijom ističu se mogućnost da se napravi pozitivna promena, želja da se pomogne drugima, solidarnost i empatija sa problemima ljudi, osećaj ispunjenosti i zadovoljstva što se nekom pomoglo i osećanje odgovornosti prema društvu i zajednici. Predstavnici poslovnog sektora ističu da je osnovni motiv njihovoj kompaniji za davanja za opšte dobro – unapređenje kvaliteta života, odnosno, “vraćanje” zajednici u kojoj kompanija posluje.

Slično prethodnom talasu istraživanja, ispitanici su složni u stavu da prioritet prilikom izbora grupe krajnjih korisnika na koje bi podrška trebalo da bude usmerena imaju najugroženije kategorije stanovništva: socijalno ugrožene osobe, osobe (a naročito deca) kojima je potrebna zdravstvena nega, osobe i deca sa invaliditetom, starije stanovništvo, kao i deca i mladi bez roditeljskog staranja.

Deo ispitanih ističe da je u pojedinim situacijama nenovčana pomoć od presudne važnosti, te da je potrebno promovisati i podsticati nenovčane vidove podrške – doniranje znanja, saveta, vremena, čak pažnje i podrške, kako bi se što adekvatnije odgovorilo na potrebe zajednica i ostvario dugoročiji pozitivni efekat.

U odnosu na istraživanje sprovedeno 2018. godine, zabeležen je porast direktnog uključivanja zaposlenih u kompanijama u filantropske aktivnosti, najčešće kroz doniranje ekspertize i volonterski rad, što je istovremeno uticalo na jačanje timskog duha unutar kompanija, snažniju povezanost i izraženiji stepen identifikacije zaposlenih sa kompanijom u kojoj rade.

Ispitanici imaju različita očekivanja od različitih aktera kada je u pitanju doprinos razvoju filantropije u Srbiji. Ulogu države u razvoju filantropije ispitanici najčešće vide u unapređenju zakonskog okvira (uključujući i poresku politiku), kao i u doslednijoj primeni postojeće regulative u praksi.

Od organizacija civilnog društva očekuje se prepoznavanje problema i potreba zajednice, određivanje prioriteta i iniciranje filantropskih akcija, kao i pospešivanje međusektorske saradnje. Zahvaljujući njihovom dobrom pregledu stanja potreba i prioriteta oblasti, poslovni sektor se sve češće odlučuje na doniranje upravo organizacijama civilnog društva, kako bi one dalje distribuirale podršku tamo gde je ona najpotrebnija. Primećen je potencijal poslovnog sektora da osim u novcu, zajednici doprinese i doniranjem znanja i pro bono usluga.

Smatra se da je potrebno da mediji izveštavaju sveobuhvatno i objektivno o akcijama davanja za opšte dobro, od njihovog početka do kraja. Uz to, bilo bi dobro da mediji intenzivnije i doslednije promoviraju primere dobre prakse, kao i da dele informacije o konkretnim načinima i mogućnostima za uključivanje, kako bi se svi akteri, a posebno građani, podstakli na frekventnija i masovnija davanja.

Slično nalazima prethodnog istraživanja, i dalje je uvreženo mišljenje da građani treba da učestvuju u filantropskim akcijama u skladu sa svojim mogućnostima.

Ispitanici dosledno spontano ističu značaj uloge obrazovnog sistema u razvoju filantropije. Stoga, gotovo jednoglasno izjavljuju da je neophodno uključiti edukaciju o filantropiji u formalni sistem obrazovanja, već od predškolskog ili ranog osnovnoškolskog uzrasta, na način prilagođen razumevanju i usvajanju pojmova kod mlađe dece.



Izrada ove publikacije omogućena je uz podršku američkog naroda putem Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID). Sadržaj publikacije isključiva je odgovornost Trag fondacije i Fondacije Ana i Vlade Divac, i ne predstavlja nužno stavove USAID-a ili Vlade Sjedinjenih Američkih Država.

Upotreba rodno senzitivnog jezika u publikaciji: Trag fondacija uvažava potrebu za korišćenjem rodno senzitivnog jezika. Svi izrazi upotrebljeni u muškom gramatičkom rodu u ovom dokumentu odnose se bez diskriminacije i na žene.

