



**ANALIZA REZULTATA PROVEDENOG ANKETNOG
ISTRAŽIVANJA
O FILANTROPIJI U HRVATSKOJ**

*ANALYSIS OF THE RESULTS OF THE CONDUCTED SURVEY
ABOUT PHILANTHROPY IN CROATIA*

Izradili:

Humanitarna udruga Duga Vukovar i
Centar za edukaciju i informiranje potrošača

U Vukovaru, travanj 2023. godine





NAZIV PROJEKTA: TEACHgiving- zajedno protiv siromaštva hrvatskog sela

NOSITELJ PROJEKTA: Humanitarna udruga Duga Vukovar

PARTNERI NA PROJEKTU: Centar za edukaciju i informiranje potrošača Bilje

TRAJANJE PROVEDBE PROJEKTA: 01.10.2022. do 30.09.2023.

VRIJEDNOST PROJEKTA: € 14.996,81

Projekt „TEACHgiving – zajedno protiv siromaštva hrvatskog sela“ financijski je podržan kroz Fond za aktivno građanstvo u Hrvatskoj, sredstvima Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova.

The „TEACHgiving – together against the poverty of the Croatian countryside „ project benefits from a grant under the Active Citizens Fund from Iceland, Liechtenstein and Norway, through the EEA Grants.

Sadržaj teksta isključiva je odgovornost Humanitarne udruge Duga Vukovar i ne održava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.



HUMANITARNA UDRUGA
DUGA Vukovar



UVOD

Siromaštvo u Hrvatskoj ima tendenciju kontinuiranog rasta što postavlja ozbiljna pitanja o socijalnoj pravdi i dobrobiti građana. Ovaj trend naglašava važnost malih humanitarnih organizacija i socijalnih samoposluga na lokalnoj razini koje su upoznate sa izazovima i potrebama društva i koje najbolje mogu progovoriti u ime svojih korisnika.

Međutim, rad malih humanitarnih organizacija i socijalnih samoposluga oslanja se na donacije i projektna financiranja koja često nisu dostatna da bi se postigla održivost misije i vizije neprofitnih organizacija i ostvario potreban kontinuitet u uslugama koje su od životne važnosti za korisnike.

Stoga, ovim istraživanjem želimo istražiti ponašanja potencijalnih donatora u donošenju odluke za davanje i sudjelovanja u filantropske aktivnosti te koliko i na koji način doprinose za opće dobro. Rezultati ovog istraživanja se mogu koristiti u cilju procjene filantropskih potencijala, boljem razumijevanju korisnosti filantropije za razvoj zajednice i planiranju daljnjih aktivnosti za postizanje održivosti misije i vizije neprofitnih organizacija radi postizanja pozitivnih društvenih promjena.

Rezultati istraživanja mogu se pronaći na stranici www.duga-vukovar.hr

Nacionalno istraživanje o filantropiji u Hrvatskoj provelo se u sklopu projekta „TEACHgiving – zajedno protiv siromaštva hrvatskog sela“ financijski je podržanog kroz Fond za aktivno građanstvo u Hrvatskoj, sredstvima Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova kojeg provodi Humanitarna udruga Duga Vukovar u partnerstvu sa Centrom za edukaciju i informiranje potrošača.

O PROJEKTU

Siromaštvo u Europskoj uniji je stvaran problem koji je izvor jada u životima mnogih ljudi, ograničava njihova temeljna prava i prilike koje imaju u postizanju svojih punih potencijala, donosi visoke troškove društvu i ugrožava održivi ekonomski razvoj. Borba protiv siromaštva definirana je brojnim međunarodnim i EU dokumentima poput Milenijske deklaracije Opće skupštine UN-a, Milenijskih ciljeva razvoja Ujedinjenih naroda, Europske socijalne povelje - koja posebno ističe pravo na zaštitu od siromaštva i socijalne isključenosti, kao jednog od temeljnih građanskih prava. Cijela Europa nastoji osigurati dostojanstvo osoba u nepovoljnom položaju, rezultati ne izostaju ali jesu li univerzalni, uključuju li sve. O ovom problemu želimo progovoriti ovim projektom i to svjedočanstvima iz prve ruke.

Siromaštvo u Hrvatskoj ima tendenciju kontinuiranog rasta. Tomu u prilog ide činjenica da je 2/3 stanovništva starije populacije sa primanjima ispod praga siromaštva. Veliku ulogu u skrbi za osobe treće životne dobi imaju upravo male humanitarne organizacije, socijalne samoposluge na lokalnoj razini. Rad malih humanitarnih organizacija i socijalnih samoposluga oslanja se na donacije i projektna financiranja koja često nisu dostatna da bi se ostvario potreban kontinuitet u uslugama koje su od životne važnosti za korisnike, osiguranje sredstava za održivost i jačanje kapaciteta organizacija, nepostojanje kvalitetne komunikacije sa relevantnim dionicima u donošenju odluka zajednički su problemi malih humanitarnih organizacija koje želimo riješiti.

Projektom TEACHgiving – zajedno protiv siromaštva hrvatskog sela koji je omogućen financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP grantova želimo uspostaviti i ojačati kapacitete mreže humanitarnih organizacija u Republici Hrvatskoj, senzibilizirati javnost i poticanje na osiguranje pomoći starijim osobama na selu kroz podršku rada civilnom društvu i zagovarati za učinkovitijom i regionalnom prihvatljivom politikom suzbijanja siromaštva u Republici Hrvatskoj.

Nakon završetka projekta očekujemo uspostavljenu suradnju sa srodnim organizacijama i jačanje kapaciteta i održivosti rada nakon provedenih edukacija o modelima održivosti neprofitnih organizacija i razvoj (eng. fundraising) kulture. Provedbom kampanje o važnosti filantropije, uključivanjem relevantnih dionika na lokalnoj razini osigurati ćemo regionalnu ujednačenost usluga usmjerenih na smanjenje siromaštva i prevenciju socijalne isključenosti na području Republike Hrvatske.

SOCIO-EKONOMSKA ANALIZA U KONTEKSTU ISTRAŽIVANJA

Administrativno gledano Vukovarsko-srijemska županija se sastoji od 31 jedinice lokalne samouprave (u daljnjem tekstu JLS), od čega je 5 gradova (Vinkovci, Vukovar, Županja, Ilok, Otok) te 26 općina s 84 pripadajuća naselja. Prema demografskim izračunima krajem 2011. godine 49,1% ukupnoga broja stanovnika živjelo je u pet županijskih gradova, dok je preostalih 50,9% stanovnika živjelo u 26 općina. Udio gradskog stanovništva u ukupnome stanovništvu, u odnosu na prosjek Republike Hrvatske gdje je udio gradskog stanovništva 70,4%, potvrđuje njezin izrazito ruralni karakter. Podaci o promjeni broja stanovnika pokazuju da su najugroženije najmanje JLS, jer najbrže gube stanovništvo. Međutim, za Županiju je poseban problem što i veliki urbani centri gube stanovništvo, a što se onda odražava na ukupni rezultat cijele Županije.

Pokazatelji dobne strukture stanovništva ukazuju na trend postupnog starenja stanovništva, što je u skladu s trendom na nacionalnoj razini. Iako prosječna starost stanovništva VSŽ iznosi 40,6 godina, ubraja se u županije s prosječno najmlađim stanovništvom, indeks starenja koji iznosi 98,3% te koeficijent starosti od 23,0% pokazuju da je stanovništvo VSŽ ušlo u proces starenja. Svi korišteni demografski pokazatelji samo potvrđuju da je situacija jako loša te da bi u slučaju nastavka negativnih trendova demografska struktura mogla postati ozbiljna zapreka budućem razvoju županije. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku očekivano trajanje života u VSŽ niže je za dvije godine od prosjeka RH te iznosi 75,5 godina. Razlika je izraženija za muškarce nego za žene, gdje na razini RH iznosi 74,3 a na razini Županije 71,9. Žene u VSŽ mogu očekivati u prosjeku 7 godina duži životni vijek od muškaraca.

Strategija borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti u Republici Hrvatskoj prepoznaje skupine unutar opće populacije koje su i dalje ranjive prema siromaštvu, socijalnoj isključenosti, raznim oblicima nedostataka materijalnih sredstava i posljedično diskriminaciji. To su: starije osobe, samačka kućanstva, obitelji s jednim roditeljem, obitelji s više od jednog djeteta, djeca bez odgovarajuće roditeljske skrbi, osobe s nižom razinom školovanja, osobe s invaliditetom, veterani domovinskog rata i ratni stradalnici i njihove obitelji, povratnici i raseljene osobe, te etničke manjine (uglavnom Romi i Srbi).

Siromaštvo u Hrvatskoj također ima teritorijalnu dimenziju. Najveća prostorna koncentracija faktora koji utječu na udio ljudi koji su u riziku od siromaštva može se naći u malim gradovima i naseljima na istoku i jugoistoku zemlje, uglavnom uz granicu s Bosnom i Hercegovinom (BiH) i Srbijom, područjima koja su najviše bila zahvaćena Domovinskim ratom 1990-tih, kao i ruralnim područjima.

U 10 godina rada Humanitarne udruge Duga i Socijalne samoposluge Vukovar kroz sve programe pomoći uključeno je više od 5.000 građana. Od otvaranja socijalne samoposluge broj korisnika je u stalnom porastu, bez tendencije smanjivanja. U ukupnom broju korisnika najzastupljeniji su građani Vukovara koji čine 92% korisnika. Ali to nije realno stanje stvari. Kapaciteti kojima raspolaže vukovarska socijalna samoposluga daleko su manji od potreba korisnika. Zbog toga se vrši selekcija i korisnika i namirnica. Realne potrebe su puno veće posebice kada je riječ o starijim osobama i stanovnicima ruralnih sredinama zbog nemogućnosti da izdvoje sredstva za dolazak do

naše samoposluge u Vukovaru. Posebno ugrožene skupine su osobe nižeg stupnja obrazovanja koji teško pronalaze posao jer potražnje nema te ne mogu prehraniti vlastite obitelji (mahom višečlane s većem brojem male djece ili djece koja se školuje) te starije osobe, čija primanja zadovoljavaju tek osnovne potrebe. (što je potvrđeno i u Strategiji održivog razvoja RH).

Od 2019. godine Udruga redovno provodi Pozive u okviru Fonda europske pomoći za najpotrebitije (FEAD) putem kojim osiguravamo pakete materijalne pomoći za veći broj građana i u sklopu čije smo provedbe uspjeli konačno pokriti i dio ruralnih sredina (ukupno 8 manjih Općina). Nažalost projektno financiranje kako za nas tako i za ostale humanitarne organizacije ima i svoje brojne negativne aspekte – vremensko ograničenje provedbe i „pauze“ do ugovaranja novih poziva. Upravo su to bili razlozi pokretanja ovog projekta. Želimo predstaviti zajednici važnost rada humanitarnih organizacija kao ključnih karika u ublažavanju siromaštva i istražiti modele održivosti našeg rada.



O ISTRAŽIVANJU

Što je filantropija?

Filantropija (iz staročkog φίλος - prijatelj + άνθρωπος - čovjek) ili čovjekoljublje je davanje u općekorisne svrhe i humanitarne svrhe, pomaganje u novcu ili robi, ali i volonterskim radom (znanjem, vještinom i stručnošću). Može se definirati na različite načine, ali cilj je ulaganje i doprinos općem dobru zajednice, društva ili pojedinca, odnosno zalaganje za poboljšanje kvalitete života te rad na društvenim promjenama koje su usmjerene na smanjenju društvenih problema, jačanju društvenog kapitala s ciljem boljeg razvoja lokalne zajednice.

Svrha istraživanja

U svrhu ispunjenja navedenih ciljeva, veliku ulogu imaju male humanitarne organizacije na lokalnoj razini čiji se rad oslanja na donacije i projektna financiranja koja često nisu dostatna za održivost i jačanje kapaciteta organizacija te u konačnici i da bi se ostvario potreban kontinuitet u uslugama koje su od životne važnosti za krajnje korisnike.

Cilj istraživanja

Cilj ankete je istražiti ponašanja potencijalnih donatora u donošenju odluke za davanja i sudjelovanja u filantropske aktivnosti te koliko i na koji način doprinose za opće dobro. Rezultati istraživanja pomoći će u osmišljavanju i definiranju donacijskih programa s ciljem postizanja financijske održivosti i održivosti misije neprofitnih organizacija, razvijanju odnosa sa donatorima i u konačnici pružanju usluga i zadovoljenu osnovnih životnih potreba krajnjih korisnika.

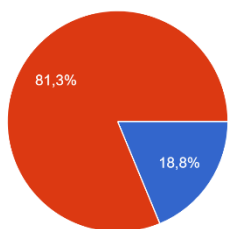
Metodologija

Anketni upitnik izrađen je putem Google Forms alata, a sastojao se od tri cjeline. Prva cjelina obuhvaćala je socio-demografske. Odjeljak 2 i 3 činila su konkretna pitanja vezano za ponašanje, stavove i mišljenja građana te su se sva pitanja u 3 odjeljku odnosila isključivo na pružanje financijske potpore (ne uključuje doniranje materijalnih stvari ili volonterski rad) neprofitnim organizacijama i/ili osobama u potrebi. Na svako pitanje bilo je moguće označiti više odgovora. Upitnik je tokom ožujka distribuiran putem e-mail lista humanitarnih organizacija diljem Hrvatske i putem društvenih mreža – Facebook stranica, Facebook grupa i slično. U provedi istraživanja sudjelovalo je i 10 volontera Humanitarne udruge Duga Vukovar, a svoj volonterski angažman ispunili su na načine: provedbom online anketiranja putem društvenih mreža i drugih komunikacijskih kanala, na javnim događanjima, interakcijom sa građanima, u školi i dr.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

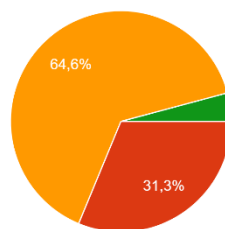
Upitnik je u roku od dva tjedna popunilo ukupno 94 ispitanika. U istraživanju je sudjelovalo više žena, odnosno 81,3%. Prema dobnoj strukturi obuhvatili smo građane dobnih skupina od 18 godina života do onih starijim od 65 godina života, a najviše je sudjelovalo građana u dobi od 30-64, odnosno 64,6%, zatim 18-29 godina, odnosno 31,3% i stariji od 65 godina, 4,2%.

Spol
96 odgovora



● Muški
● Ženski

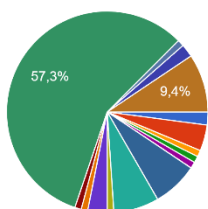
Dob
96 odgovora



● manje od 18
● 18 - 29
● 30 - 64
● 65+

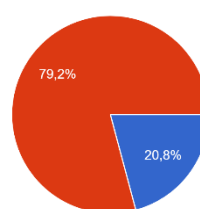
Teritorijalno u uzorku ispitanika najveći dio ispitanika bio je s područja Vukovarsko-srijemske županije (57,3%), zatim Grad Zagreb (9,4%), nakon čega slijedi Primorsko-goranska i Osječko-baranjska županija (7%), zatim Brodsko-posavska županija (4%), Splitsko-dalmatinska (3%), Zagrebačka županija, Bjelovarsko-bilogorska županija (2%), Dubrovačko-neretvanska županija, Istarska županija, Karlovačka županija, Sisačko-moslavačka županija, Šibensko-kninska županija, varaždinska županija (1%), ostale Koprivničko-križevačka, Krapinsko-zagorska, Ličko-senjska, Međimurska, Požeško-slavonska i Virovitičko-podravaska županija nisu pokazale rezultate. Veći dio ispitanika nalazi se u urbanom području, njih 79,2%, dok je iz ruralnoj područja 20,8%.

Županija:
96 odgovora



● Bjelovarsko-bilogorska
● Brodsko-posavska
● Dubrovačko-neretvanska
● Istarska
● Karlovačka
● Koprivničko-križevačka
● Krapinsko-zagorska
● Ličko-senjska
▲ 1/3 ▼

Živite li u ruralnom (selo) ili urbanom (grad) području?
96 odgovora

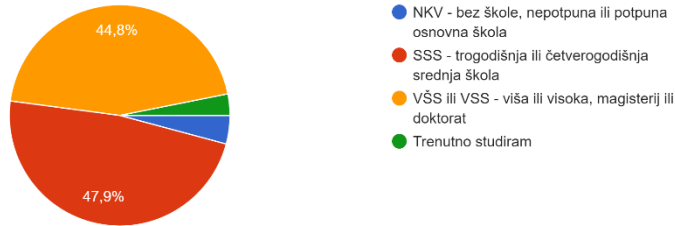


● Ruralno područje
● Urbano područje

Prema razini obrazovanja najveći udio je onih koji su VŠS ili VSS, magisterij ili doktorat, odnosno - 44, 8%, zatim SSS - 47,9%, nakon čega slijedi NKV - 4% i studenata - 3%.

Najviša završena razina obrazovanja:

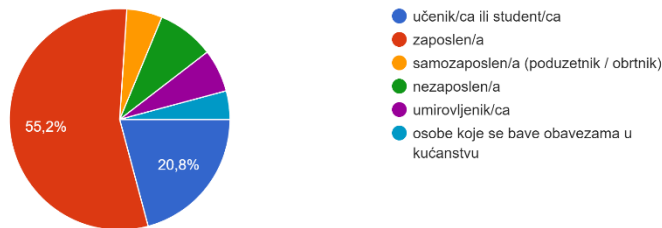
96 odgovora



Prema statusu zaposlenosti najveći je udio onih koji su zaposleni - 55,2%, slijede učenici i studenti – 20,8%, nezaposleni – 8%, umirovljenici – 6%, samozaposleni – 5%, umirovljenici i osobe koje se bave obavezama u kućanstvu - 4%.

Radni status:

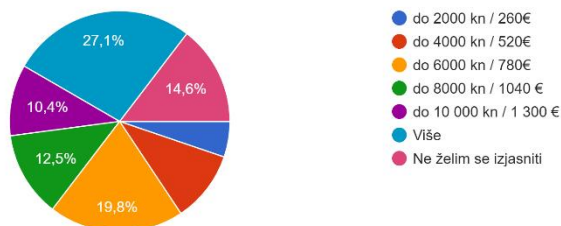
96 odgovora



Prema ukupnim mjesečnim primanjima po kućanstvu najviše je ispitanika odnosno kućanstva sa primanjima većim od 10.000 kn / 1.300€, odnosno 27,1%, do 6.000kn / 780€ - 19.8%, do 8.000kn / 1040€ - 12,5%, do 4.000kn / 520€ i do 10.000kn / 1.300€ - 10,4%, do 2.000kn / 260€ - 5%. Udio ispitanika koji se nije želio izjasniti iznosi 14,6%.

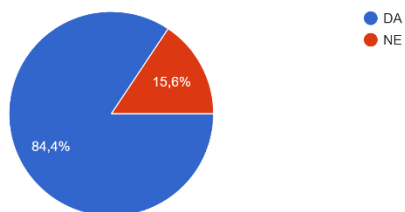
Prihodi po kućanstvu:

96 odgovora



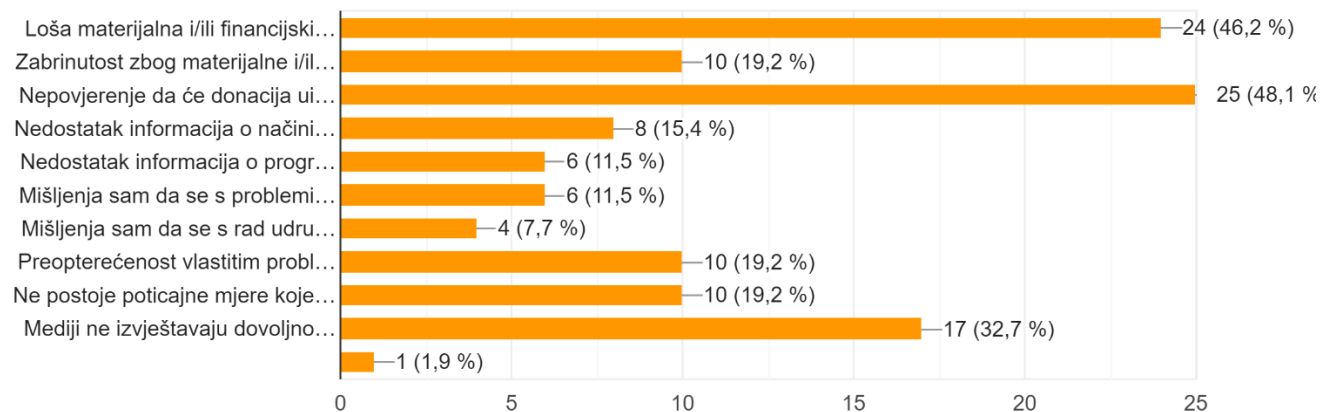
Većina ispitanika, njih 84,4% izjasnilo se da su imali priliku dati novčanu donaciju udruzi, nekoj neprofitnoj organizaciji i/ili izravno osobi u potrebi.

Dali ste do sada dali novčanu donaciju udruzi, nekoj neprofitnoj organizaciji i/ili izravno osobi u potrebi?
96 odgovora



Demotivirajući razlozi prilikom donošenja odluke o pružanju financijske podrške udrugama i drugim neprofitnim organizacijama u najvećoj mjeri je nepovjerenje da će donacija uistinu doći do onih kojima je pomoć najpotrebnija (48,1%), zatim loša materijalna ili financijska situacija (46,2%), nakon čega slijedi nedovoljna medijska izvješća o opće korisnim akcijama kojima je potrebna dodatna pomoć (32,7%). Ostali razlozi: zabrinutost zbog materijalne i/ili financijske situacije u budućnosti, preopterećenost osobnim problemima te manjak vremena za brigu o drugima, nepostojanje ili neinformiranost o poticajnim mjerama (19,2%), nedostatak informacija o načinima na koje se može financijski potpomoci (15,4%), nedostatak informacija o programima udruga za koje se traži financijska podrška, te da ispitanici smatraju da se problemima kojima se bave udruge treba baviti država iznosi po (11,5%), te da se udruge trebaju više financirati iz javnih davanja iznosi 7,7%.

Što vas demotivira za pružanje financijske podrške udrugama i drugim neprofitnim organizacijama? (moguće označiti više odgovora)



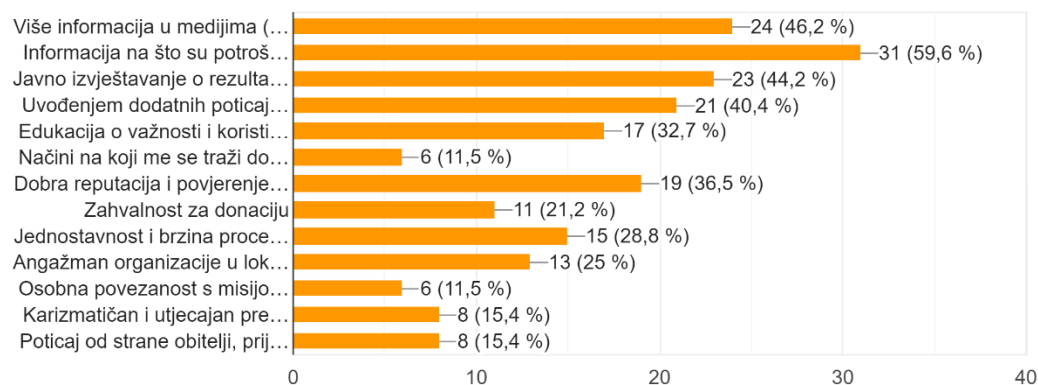
„Treba značajno podići renome organizacija civilnog društva u očima građana. Građani su nepovjerljivi u svrhu trošenja novca koji su donirali OCD-ima. Preveliki je pritisak neorganiziranih pojedinačnih zahtjeva za donacijama pojedinim osobama putem svih vrsta medija, a premala je vidljivost OCD-a i njihovog rada za opće dobro.“

Ispitanik

Na pitanje što bi ih dodatno motiviralo na doniranje slijede odgovori:

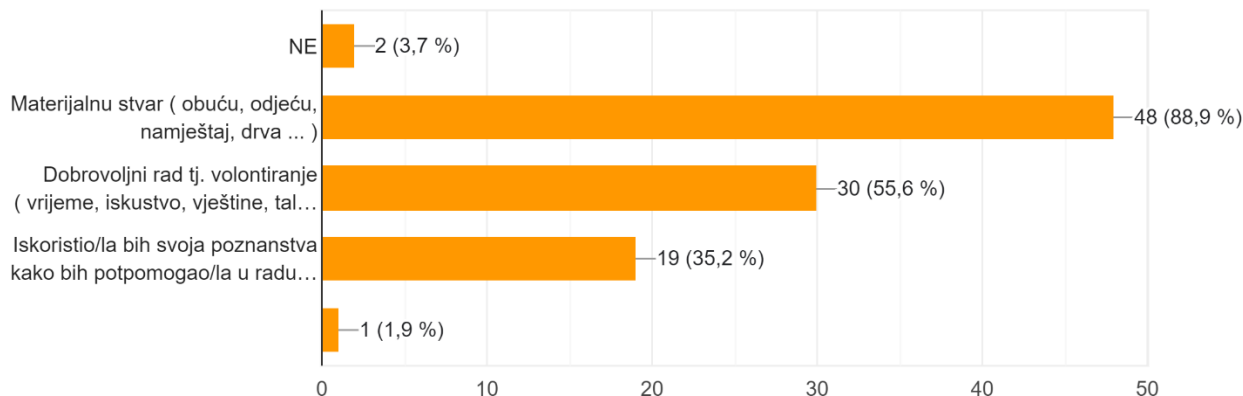
- Informacije na što su potrošena sredstva - 59,6%
- Više informacija u medijima o društveno korisnim akcijama koje traže novčanu podršku – 46,2%
- Javno izvještavanje o rezultatima o društveno korisnih akcija – 44,2%
- Uvođenjem dodatnih poticajnih olakšica od strane države ili lokalne i regionalne samouprave za osobe koje su uputile donaciju – 40,4%
- Dobra reputacija i povjerenje u rad udruge ojoj doniram – 36,5%
- Edukacija o važnosti i koristi od davanja i brige za druge 32,7%
- Jednostavnost i brzina procesa doniranja – 28,8%
- Angažman organizacije u lokalnoj zajednici – 25%
- Zahvalnost za donaciju – 21,2%
- Karizmatičan i utjecajan predstavnik organizacije 15,4%
- Poticaj od strane obitelji, prijatelja, kolega s posla ... - 15,4%
- Način na koji me se traži donacija – 11,5%
- Osobna povezanost s misijom i djelovanjem organizacije – 11,5%

Prema Vašem mišljenju koji su dodatni poticaji koji bi mogli motivirati građane za davanje novčane donacije osobama u potrebi i/ili neprofitnim organizacijama i programima? (moguće označiti više odgovora)



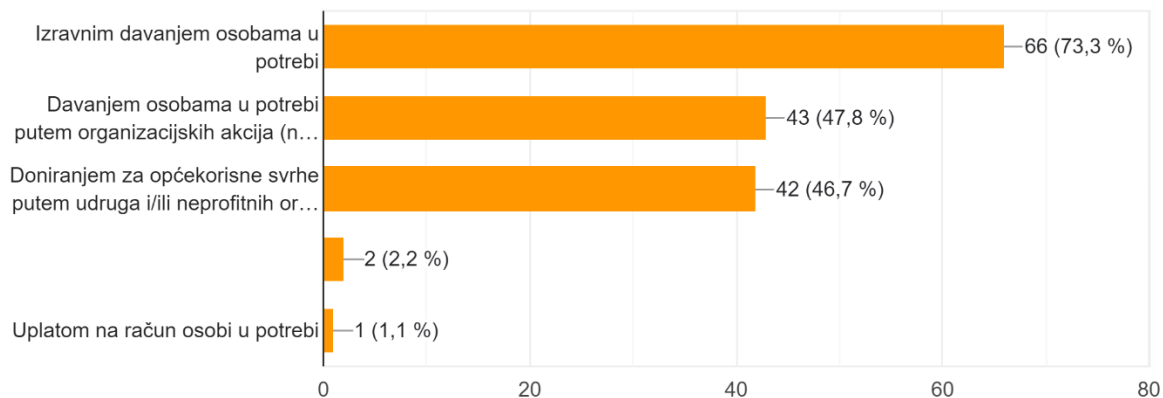
Osim novca pokazalo se da bi ispitanici u najvećoj mjeri donirali materijalnu stvar (88,9%), pridonijeli bi ulaganjem vremena odnosno volontiranjem (55,6%) te bi iskoristili svoja poznanstva kako bi potpomogli radu organizacije (35,2). Manji postotak ispitanika nebi doniralo.

Biste li donirali nešto drugo osim novca? (moguće označiti više odgovora)



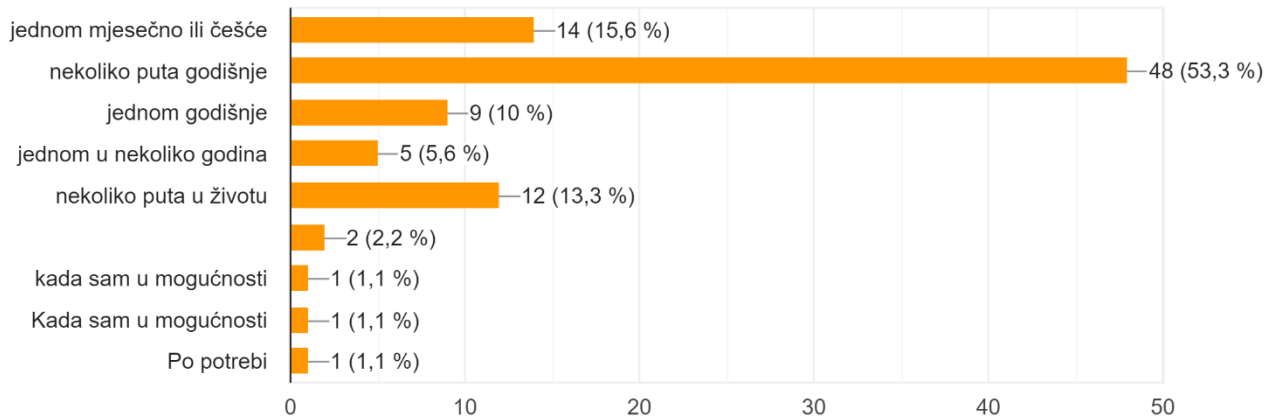
Najveći broj ispitanika donira izravnim davanjem osobama u potrebi (73,3%), približno podjednako se donira na način davanja osobama u potrebi putem organizacija akcija (potresi, poplave, krizne situacije i sl.) i doniranje za općekorisne svrhe putem udruga i/ili neprofitnih organizacija (47%), dok je manji broj ispitanika samostalno dodalo – uplatom na račun osobi u potrebi ili na neki drugi način.

Na koji način donirate? (moguće označiti više odgovora)



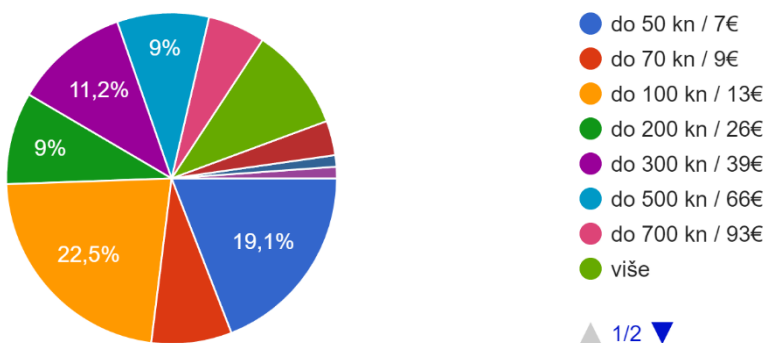
Ispitanici najčešće doniraju nekoliko puta godišnje (53,3%), zatim jednom mjesečno ili češće (15,3%), nekoliko puta u životu (13,3%), jednom godišnje (10%) i jednom u nekoliko godina (5,6). Manji broj ispitanika samostalno je dodao kako doniraju po potrebi ili kada su u mogućnosti budući da ne prate evidenciju i doniranju.

Koliko često donirate?



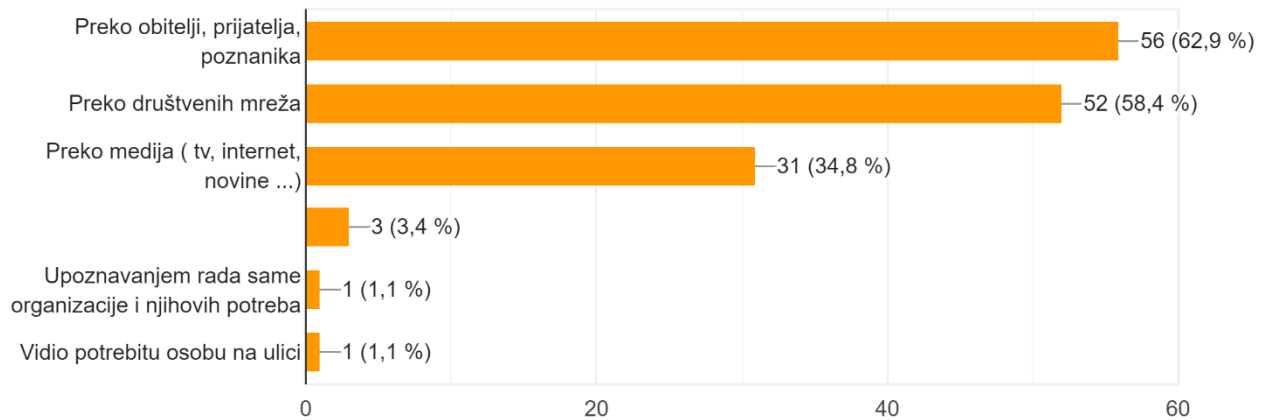
U prosjeku ispitanici doniraju 100 kn / 13€ godišnje (22,5%), nakon čega slijedi do 50kn/7€ (19,1), do 300 kn/ 39€ (11,2%).Više od ponuđenih iznosa, odnosno više od 700kn/93€ donira 10,1% ispitanika, dok je manji broj ispitanika samostalno dodao iznos od 200-300€, da nisu vodili evidenciju ili se nisu izjasnili. Preostali iznosi obuhvatili su u prosjeku ukupno 22% ispitanika.

Koji iznos sredstava u prosjeku donirate godišnje?



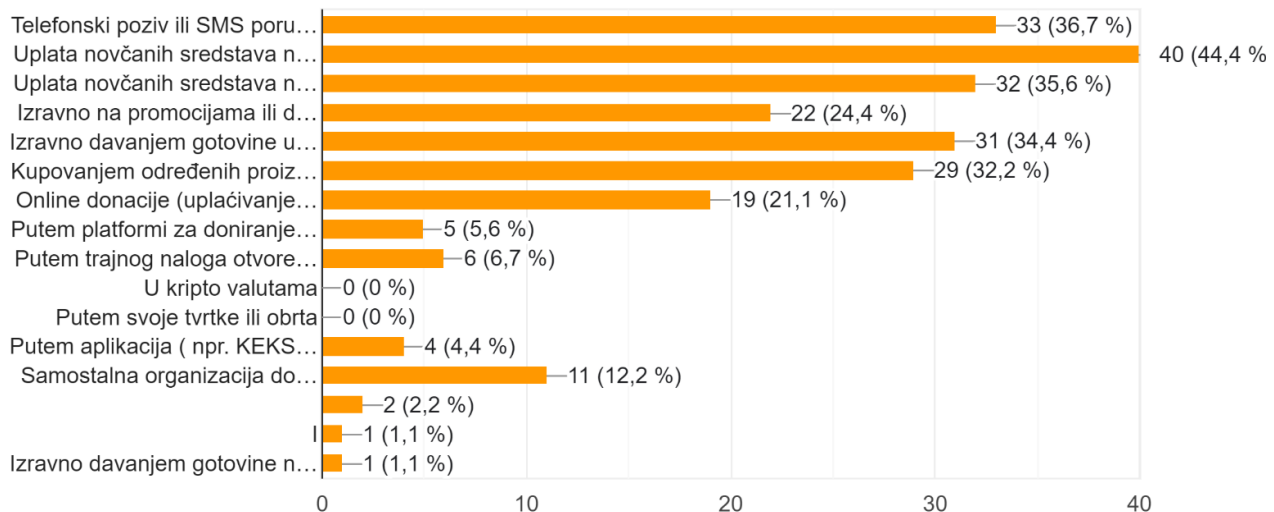
Najveći je postotak ispitanika (62,9%) do određene organizacije kojoj je potrebna pomoć došlo putem obitelji, prijatelja, poznanika i sl., zatim putem društvenih mreža (58,4%) i putem medija (34,8%). Manji broj ispitanika samostalno je dodao da su do određene organizacije kojoj je potrebna pomoć došli upoznavanjem rada same organizacije i njihovih potreba ili na neki drugi način.

Kako ste došli do određene organizacije kojoj je potrebna pomoć? (moguće označiti više odgovora)



Najveći broj ispitanika donira uplatom novčanih sredstava na račun pojedinca ili obitelji kojima su sredstva potrebna (44.4%), zatim telefonskim pozivima ili SMS porukama (36,7%), nakon čeka slijedi uplatom novčanih sredstava na račun udruge koja se bavi određenom problematikom. Izravno davanjem gotovine u tzv. kutije za doniranje (34,4%), kupovanjem određenih proizvoda od kojih će dio prodajne cijene biti doniran nekoj neprofitnoj organizaciji (32,2%), izravno na promocijama ili događajima koji su tome posvećeni (npr. humanitarne i aukcijske večeri, promotivni štandovi – 24,4%), online donacije (21,1%), samostalnim organiziranjem događaja na kojima se prikupljaju donacije (12,2%), %, putem trajnog naloga otvorenog u banci (6,7%) putem platformi za doniranje (5,6%), putem aplikacija (npr. KEKSpay i sl. – 4,4%). Manji broj ispitanika dodao je da donira izravnim davanjem gotovine na ruke potrebnoj osobi ili na neki drugi način.

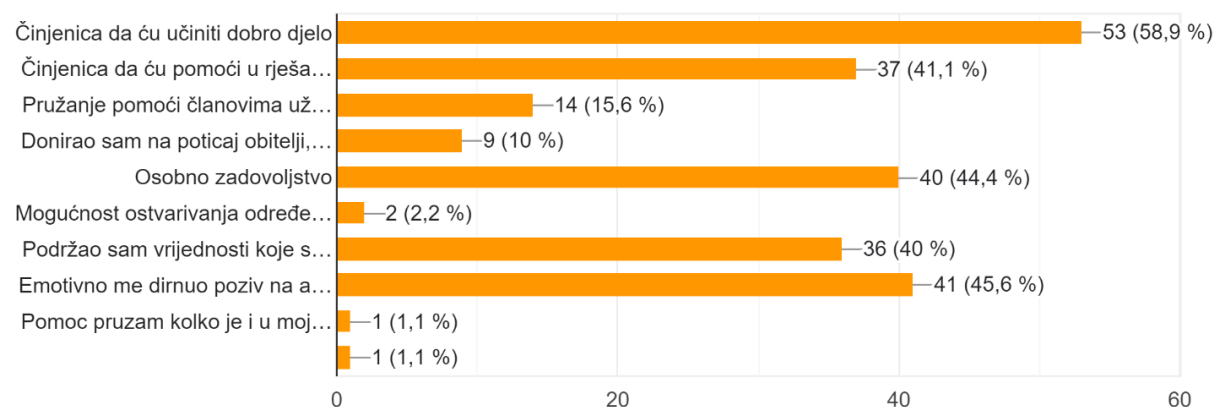
Putem kojih kanala najčešće donirate? (moguće je označiti više odgovora)



Kao glavni razlog, odluku ili motiv o davanju financijske podrške, ispitanici su kao prvo mjesta naveli činjenicu da će učini dobro djelo (58,9%), zatim emotivni poziv na akciju (45,6%), osobno zadovoljstvo (44,4%), činjenica da će pomoći u rješavanju problema koje smatraju za njih osobito važnima (41,1%), podržavanje vrijednosti koje su im važne (40%). Manji broj ispitanika donio je odluku o doniranju kako bi pomogli užim članovima obitelji ili prijateljima koji su korisnici određene organizacije (15,6%), na poticaj obitelji, prijatelja, kolega s posla ili vjerske zajednice kojoj pripada (10%) te mogućnost ostvarivanja određenih materijalnih ili nematerijalnih benefita nakon upućene donacije.

Jedan od ispitanika dodao je: „Pomoć pružam koliko je i u mojoj moći pošto smo i sami velika obitelj koja živi isto u teškim trenucima.“

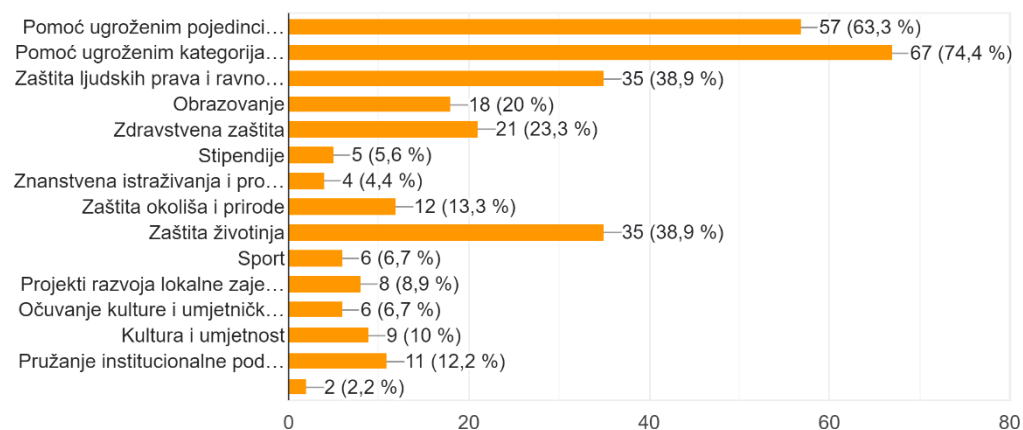
Što Vas je motiviralo na doniranje? (moguće označiti više odgovora)



Područja djelovanja koje ispitanici smatraju važnima i koja su dosada novčano podržali svojim donacijama u najvećoj mjeri navode pomoć ugroženim kategorijama stanovništva (siromašni, starije osobe, bolesni, djeca, osobe pogođenim elementarnim nepogodama...) – 74,4%, odnosno pomoć ugroženim pojedincima ili obiteljima 63,3%, dok područje zaštite ljudskih prava osoba s invaliditetom, djece s poteškoćama u razvoju, manjine, žrtve nasilja i sl. i ravnopravno uključivanje u društvo i zaštita životinja iznosi 38,9%.

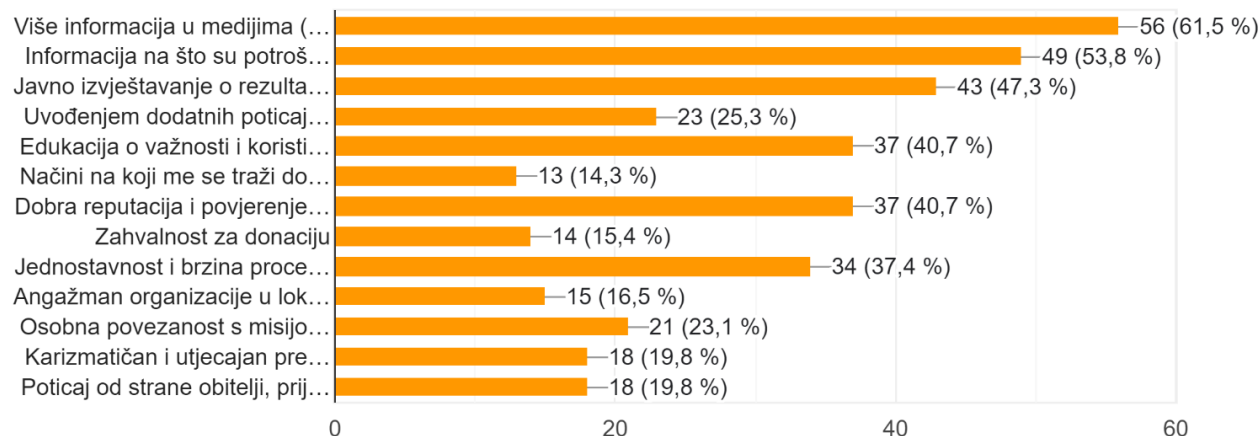
Područja koja su najmanje podržana su: znanstvena istraživanja i projekti, stipendije, sport, očuvanje kulturne i umjetničke baštine, projekti razvoja lokalne zajednice, kultura i umjetnost, pružanje institucionalne podrške i razvoj organizacija civilnog društva, zaštita okoliša i prirode, obrazovanje i zdravstvena zaštita.

U nastavku je dan popis područja prema kojima mogu biti upućene donacije. Molimo Vas označite ona područja koja su Vama važna i koja ste dosada novčano podržali svojim donacijama. (moguće označiti više odgovora)



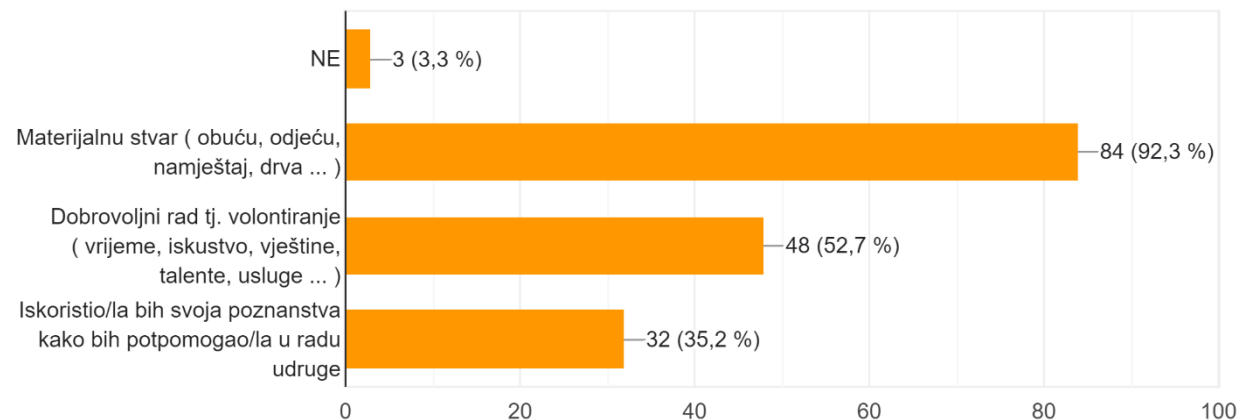
Prema mišljenju ispitanika kao najveći faktor za dodatni poticaji koji bi mogao motivirati građane za davanje novčanih donacija osobama u potrebi i/ili neprofitnim organizacijama i programima istakli su se odgovori: više informacija u medijima (61,5%), informacije na što su potrošena financijska sredstva (53,8%), javno izvještavanje o rezultatima društveno korisnih akcija (47,3%), edukacija o važnosti i koristi od davanja i brige za druge (40,7%), dobra reputacija i povjerenje u rad udruge kojoj se donira (40,7%), jednostavnost i brzina procesa doniranja (37,4%). Nadalje, dodatni poticaji/ motivacija bilo bi i uvođenje dodatnih poticajnih olakšica od strane države ili lokalne i regionalne samouprave za osobe koje su uputile donaciju (25,3%), osobna povezanost s misijom i djelovanjem organizacije (23,1%), karizmatičan i utjecajan predstavnik organizacije (19,8%), poticaj od strane obitelji, prijatelja, kolega s posla ... (19,8%), veći angažman organizacije u lokalnoj zajednici (16,5%), zahvalnost za donaciju (15,4%) i načini na koje se donacija traži (14,3%).

Prema Vašem mišljenju koji su dodatni poticaji koji bi mogli motivirati građane za davanje novčane donacije osobama u potrebi i/ili neprofitnim organizacijama i programima? (moguće označiti više odgovora)



Osim financijskih sredstava najveći dio ispitanika (92,3%) donirali bi i materijalna sredstva (obuću, odjeću, namještaj, drva i sl.), zatim podrška volontiranjem (52,7%). 35,2% ispitanika iskoristilo bi svoja poznanstva kako bi potpomogli u radu organizacije, a tek 3,3% ispitanika izrazilo je da ne bi donirali ništa drugom osim financijskih sredstava.

Biste li donirali nešto drugo osim novca? (moguće označiti više odgovora)



ZAKLJUČAK:

Siromaštvo u Europskoj uniji predstavlja stvaran problem koji utječe na mnoge živote, ograničava temeljna prava građana, te ima visoke društvene i ekonomske troškove. Međunarodni i EU dokumenti, kao što su Milenijska deklaracija i Europska socijalna povelja, prepoznaju važnost borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti. Unatoč postignućima, izazovi su univerzalni i ne obuhvaćaju sve slojeve stanovništva. Siromaštvo i socijalna isključenost ozbiljni su problemi, a najviše su pogođene starije osobe, samci, obitelji s više djece, osobe s nižim obrazovanjem, manjine i Romi. U Hrvatskoj, siromaštvo ima tendenciju rasta, posebno među starijom populacijom. Zaključak o socio-ekonomskoj analizi Vukovarsko-srijemske županije ukazuje na njezin ruralni karakter, s velikim udjelom stanovništva u manjim gradovima i ruralnim područjima. Trend postupnog starenja stanovništva odražava se na demografsku strukturu županije. Unatoč mladalačkoj prosječnoj dobi, indeksi starenja i očekivano trajanje života niži su od prosjeka RH. Siromaštvo ima teritorijalnu dimenziju, koncentrirano je u manjim gradovima i ruralnim područjima posebno na istoku i jugoistoku županije.

U kontekstu našeg istraživanja i prikupljenih podataka potreba jačanja humanitarnih organizacija za dobrobit socijalno ugroženog stanovništva je neupitna. Humanitarne organizacije poput naše su od izuzetne važnosti u borbi protiv siromaštva. One se fokusiraju na pojedinca i njegove specifične potrebe te pružaju višedimenzionalno rješenje. Njihova uloga ne završava se samo na pružanju financijske pomoći, već se također bave obrazovanjem, zapošljavanjem, zdravstvenom skrbi i drugim važnim aspektima života koji su potrebni za izlazak iz siromaštva. Rad malih humanitarnih organizacija i socijalnih samoposluga oslanja se na donacije i projektna financiranja koja često nisu dostatna da bi se postigla održivost misije i vizije neprofitnih organizacija i ostvario potreban kontinuitet u uslugama koje su od životne važnosti za korisnike. Iako neprofitne organizacije nisu osnovane radi stjecanja profita, nego radi postizanja nekog drugog cilja definiranog njihovom misijom, vizijom i područjem djelovanja; svaka neprofitna organizacija i dalje treba težiti tome da bude profitabilna kako bi mogla ostvariti svoju dugoročnu održivost.

- Ispitanici su većinom žene, a najveći udio je u dobi od 30 do 64 godine. Ovi podaci su korisni za ciljanje specifičnih skupina u budućim inicijativama, ali i prilagodbu istih kako bi se privukle različite dobne i spolne skupine.
- Vukovarsko-srijemska županija dominira sudionicima istraživanja, dok Grad Zagreb također ima značajan broj ispitanika. Ostale regije su manje zastupljene. Daljnjim istraživanjima trebalo bi razmotriti kako privući i sudionike iz manje zastupljenih regija kako bi se stvorila teritorijalna ravnoteža. Gotovo 80% ispitanika stanuje u urbanom području.
- Većina ispitanika ima visoko obrazovanje, što može ukazivati na njihovu veću svijest o društvenim pitanjima i potrebi za uključivanjem u aktivnosti za opće dobro. Međutim, potrebno je organizirati kampanje i edukacije o filantropiji kako bi potaknuli sudionike s različitim razinama obrazovanja na sudjelovanje i podizanje svijesti o društvenim pitanjima.

- Većina ispitanika je zaposlena, što može ukazivati na veću financijsku sposobnost za podršku i doniranje. Međutim, treba uključiti i druge skupine u filantropske aktivnosti, potaknuti na sudjelovanje i doprinos. Postoji širok raspon primanja među ispitanicima.
- Značajan broj ispitanika ima primanja iznad prosječnih, što može poticati veće donacije. Filantropske strategije trebaju biti fleksibilne kako bi se privukli donatori s različitim financijskim mogućnostima. Važno je i educirati i poticati filantropiju među onima sa nižim primanjima.
- Velik broj ispitanika je imao priliku dati donaciju i spremni su donirati, što ukazuje na potencijal za veći razvoj filantropskih aktivnosti.
- Postoji nekoliko demotivirajućih ključnih čimbenika u vezi odluke o doniranju. Mnogi ispitanici izražavaju zabrinutost zbog nedostatka povjerenja u to da će njihova donacija stvarno doći do onih kojima je potrebna, a veliku ulogu u tome igraju i mediji koji ne izvještavaju dovoljno o općekorisnim akcijama. Kada se one ne ističu dovoljno u medijima, ljudi često nisu svjesni njihove važnosti i potrebe za donacijom.
- S druge strane, istraživanje također ukazuje na nekoliko poticaja koji bi mogli motivirati ljude da doniraju: ispitanici ističu da bi im dodatne informacije o tome na što su potrošena sredstva motivirale na doniranje. Osiguranje jasnog uvida u raspodjelu sredstava povećava povjerenje donatora. Povećana prisutnost općekorisnih akcija u medijima i transparentno izvještavanje o tome kako su donacije iskorištene omogućava donatorima da vide konkretne rezultate svojih doprinosa, potiče svijest i podršku javnosti što može potaknuti veću donatorsku aktivnost.
- Ispitanici najčešće doniraju nekoliko puta godišnje, u prosjeku u iznosu od 13€. Ponuda iznosa i dobivenih rezultata obuhvata širok raspon davanja, što ukazuje na raznovrsnost i dinamiku donatorskog ponašanja među ispitanicima. Također, sugerira da su ljudi svjesni potreba u svojoj zajednici i šire, doniraju koliko smatraju da si mogu priuštiti bez pretjeranog financijskog opterećenja te da nema univerzalnog obrasca koji bi odredio koliko bi trebali donirati jer imaju različite prioritete, motive i druge aspekte doniranja.
- Područja djelovanja koje ispitanici smatraju važnima i koja su dosada novčano podržali svojim donacijama u najvećoj mjeri navode pomoć ugroženim kategorijama stanovništva (siromašni, starije osobe, bolesni, djeca, osobe pogođene elementarnim nepogodama...), odnosno pomoć ugroženim pojedincima ili obiteljima.
- Kada je riječ o motivaciji za doniranjem, ispitanici su potvrdili kako su dobro djelo, želja za rješavanjem problema, dijeljenje zajedničkih vrijednosti i osobno zadovoljstvo glavni pokretači pri donošenju odluke kome i kako donirati.
- Prilikom donošenja odluke kojoj organizaciji donirati većina se ispitanika izjasnila kako su ključne preporuke, te se odlučuju temeljem preporuka obitelji ili poznanika i eventualno društvenih mreža. Medije samo manji dio ispitanika prepoznaje kao relevantan izvor informacija kada je u pitanju donošenje odluke o doniranju.
- Pretpostavka je da zbog nepovjerenja da će sredstva doći do onih kojima je to najpotrebnije, najveći broj ispitanika donira uplatom novčanih sredstava na račun pojedinca ili obitelji kojima su sredstva potrebna ili izravnim davanjem osobama u potrebi. Stoga, važno je raditi na gradnji odnosa građana s ciljem stjecanja povjerenja.
- Istraživanje ukazuje na spremnost ispitanika da osim financijske podrške pruže i druge oblike pomoći kao što su materijalna sredstva i dobrovoljni rad. Ovo sugerira da ljudi žele

aktivno sudjelovati u rješavanju društvenih problema i da bi organizacije trebale razmotriti načine kako uključiti donatore u različite volonterske ili partnerske aktivnosti.

Na temelju prikupljenih podataka neosporno je da postoji potencijal za uključivanje i sudjelovanje građana u akcijama za opće dobro i izdvajanjem više sredstava za općekorisne svrhe, a u osnovi je gradnja odnosa koja se temelji na povjerenju. Fundraising planovi organizacija civilnog društva moraju počivati na razrađenim komunikacijskim planovima s ciljem gradnje povjerenja s građanima. Osim povećanja vidljivosti organizacije, svrha marketinga neprofitnih organizacija je stvaranje uspješnog i dugoročnog odnosa sa donatorima, volonterima i zajednicama koje služe. Uspješan i dugoročan odnos između organizacije i njenih glavnih dionika temelji se na dvosmjernoj komunikaciji i međusobnom povjerenju, uz postojanje određenog zajedničkog interesa te usredotočenosti na zajedničke dugoročne ciljeve.

Cjelovit pristup rješavanju siromaštva uključuje suradnju svih relevantnih dionika (vlade i politike, neprofitnih organizacija i organizacija civilnog društva, poslovnog sektora, akademskih zajednica, međunarodnih organizacija i zajednica, lokalnih zajednica, zakonodavstva i medija) kako bi se razvile strategije koje se bave uzrocima siromaštva, a ne samo njegovim simptomima. Osim toga, važno je kontinuirano praćenje, evaluacija programa i politika i stvarnih rezultata kako bi se osiguralo da rješenja budu učinkovita i prilagodljiva promjenama u društvu.

PRILOG

1. [Anketa o filantropiji u Hrvatskoj - H. U. Duga Vukovar](#)

LITERATURA

1. https://www.odraz.hr/wp-content/uploads/2020/10/individualna-i-korporativna-filantropija-u-hrvatskoj_web.pdf
2. <http://pgdi.hr/wp-content/uploads/2017/04/Komparativna-analiza.pdf>
3. <https://www.odraz.hr/publikacije/publikacija/stavovi-i-praksa-gradana-i-tvrtki-o-filantropiji-rezultati-nacionalnog-istrazivanja/>
4. <https://bs.wikipedia.org/wiki/Filantropija>
5. <https://mrosp.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Glavno%20tajni%20A1tvo/Godi%20A1nji%20planovi%20i%20strate%20A1ka%20izvje%20A1%20C4%87a/Nacionalni%20plan%20borbe%20protiv%20siroma%20A1tva%20i%20socijalne%20isklju%20C4%8Denosti%20za%20razdoblje%20od%202021%20do%202027.pdf>
6. <https://dzs.gov.hr/>
7. <https://odgovorno.hr/novi-ambiciozni-globalni-ciljevi-za-odrzivi-razvoj-un-2015/>