



## FILANTROPIA NA SLOVENSKU

### Prieskum verejnej mienky pre Fórum donorov

Prezentované údaje sú výsledkom reprezentatívneho kvantitatívneho prieskumu, ktorý pre Fórum donorov realizovala agentúra FOCUS v dňoch 1. až 4. apríla 2009.

Agentúra FOCUS urobila prieskum verejnej mienky na reprezentatívnej vzorke 1 002 obyvateľov SR od veku 18 rokov s cieľom zistiť ako sa vyvíja individuálne darcovstvo, aké spôsoby podpory dobročinnosti sú preferované, ktoré oblasti, v ktorých pôsobia mimovládne neziskové organizácie (MNO), považuje verejnosť za najužitočnejšie a ako vníma motívy firemnej filantropie.

Výstupy prieskumu boli porovnané s výsledkami prieskumov, ktoré boli v minulosti na Slovensku uskutočnené Fórum donorov alebo inými organizáciami.

### Aké sú najpopulárnejšie spôsoby podpory darcovstva a dobročinnosti na Slovensku?

**Až 85 % respondentov podporilo minulý rok dobročinnosť využitím jedného z predložených spôsobov darcovstva.**

Najpopulárnejším spôsobom podpory dobročinnosti je na Slovensku darovanie peňazí formou príspevku do pokladničky. Do pokladničky MNO prispelo 58 % obyvateľstva a do pokladničky v kostole 46 % obyvateľov. Tretím najpopulárnejším spôsobom podpory je zakúpenie pohľadnice predávanej nejakou charitatívnou organizáciou. Takýto spôsob podpory využilo minulý rok 40 % respondentov.

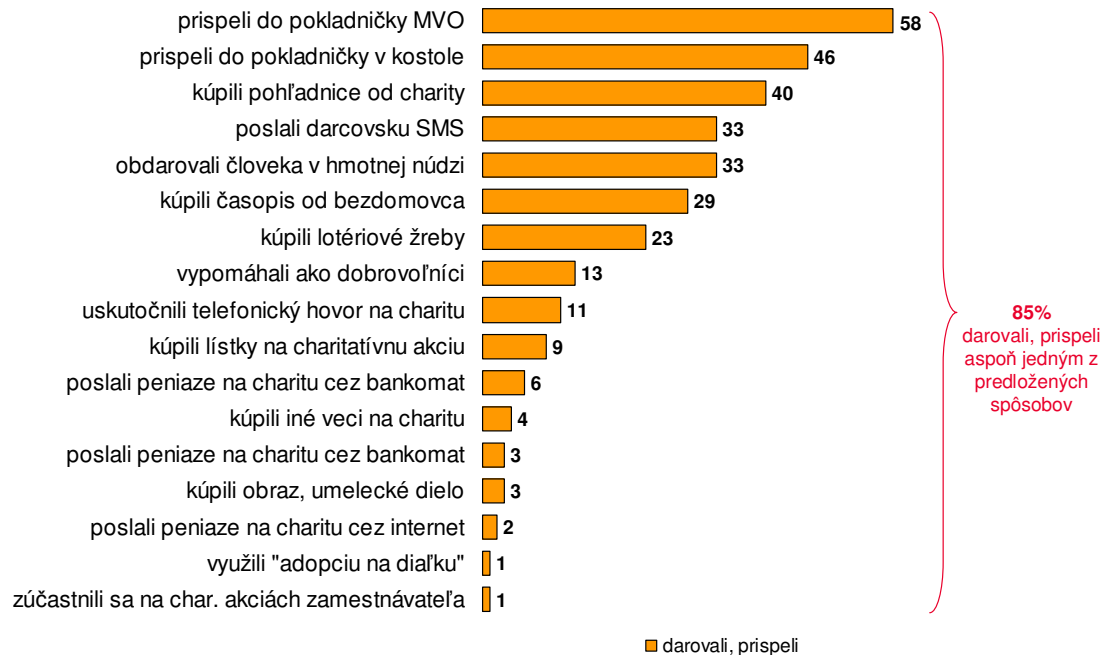
Zaslanie darcovskej SMS správy využila minulý rok tretina opýtaných. Zhodne, tretina respondentov, obdarovala konkrétneho človeka v hmotnej núdzi (33 %).

Ostatné spôsoby príspevia na dobročinnosť, ako sú napríklad adopcie na diaľku, poslanie peňazí cez bankomat, dobrovoľnícka práca, označila menej ako tretina respondentov.

V porovnaní s prieskumom, ktorý robila agentúra FOCUS pre The Sasakawa Peace Foundation vo februári 2006, nastal najvýraznejší posun v miere využívania nasledujúcich spôsobov podpory dobročinnosti: príspevky do pokladničky v kostole a uskutočnenie telefonického rozhovoru na charitu (zhodne mínus 9 % oproti roku 2006), zakúpenie lotériového žrebu a pohľadnice na charitu (zhodne mínus 8 % oproti roku 2006). Naopak, o 5 % si oproti roku 2006 polepšilo zbieranie peňazí do pokladničky neziskovou organizáciou.

## Darcovstvo a dobročinnosť

% všetkých respondentov, apríl 2009



Poznámka: Dovočet do 100% tvoria v každom riadku odpovede „nie, nevie“.

FOCUS

## Ktoré oblasti práce MNO považuje verejnosť za najviac užitočné?

Na základe výsledkov prieskumu je možné zostaviť nasledujúci rebríček dôležitosti oblastí, v ktorých MNO pôsobia. Najväčšiu mieru celkovej akceptácie zaznamenali MNO pôsobiace v **oblasti pomoci zdravotne postihnutým (93 %)** a v **oblasti pomoci ľuďom v sociálnej núdzi (92 %)**.

Viac ako tri štvrtiny respondentov si myslia, že veľmi alebo skôr užitočné sú aj MNO pôsobiace v oblastiach **ochrany životného prostredia (90 %)**, **problematiky detí a mládeže (90 %)**, **obhajoby práv občanov (88 %)**, **ochrany a podpory zdravia a zdravého životného štýlu (84%)**, **vzdelávania a rozvoja poznania (83 %)**, **vedy a výskumu (82 %)**, **rozvoja miest a obcí (79 %)**, **ochrany zvierat (78 %)**, **postavenia žien v spoločnosti (78 %)** a **športu (75 %)**.

Relatívne vysokú mieru celkovej akceptácie dosiahli aj MNO pôsobiace v oblastiach kultúry a umenia (74 %), kontroly transparentnosti využívania verejných zdrojov (68 %), pomoci zahraničným krajinám (67 %) a motivovania podnikov k podpore charitatívnych projektov (66 %).

Viac ako polovica respondentov tiež vyjadrila celkovú akceptáciu MNO pôsobiacich v oblastiach rozvoja občianskej spoločnosti (55 %), sledovania financovania strán a hnutí (54 %) a tiež podpory menších žijúcich na Slovensku (51 %).

Menej ako polovica respondentov je presvedčená o užitočnosti MNO pôsobiacej v oblasti podpory cirkvi a náboženských aktivít (49 %).

## Čo sú hlavné dôvody firemnej filantropie?

Podľa obyvateľov je najčastejším dôvodom, prečo firmy prispievajú z vlastných prostriedkov na dobročinnosť, **budovanie dobrého mena**. Takúto odpoveď označilo **65 %** respondentov. Dobrou správou je, že v porovnaní s prieskumom verejnej mienky z februára 2006 došlo k zlepšeniu vnímania tejto oblasti verejnosťou (pokles zo 70 %). Za touto pozitívnou zmenou vo vnímaní dôvodov firemnej angažovanosti verejnosťou môže byť niekoľkonásobný nárast prezentácie tejto témy v slovenských médiách, intenzívnejšia prezentácia príkladov dobrej praxe, vysvetľovanie a správne používanie pojmov, nezamieňanie poukazovania podielu osobitnej dane (asignácia 2%) za charitu či firemnú filantropiu.

Približne **39 %** respondentov si myslí, že **firmy chcú skutočne pomôcť tým, ktorí to potrebujú** (nárast oproti februáru 2006 o 2%) a **29 %** respondentov sa domnieva, že **takéto konanie firmy je samozrejmosťou**.

Napriek tomuto, mierne pozitívnemu, posunu v myslení, je ešte stále čo vysvetľovať a zlepšovať. Takmer tretina respondentov (30 %) sa totiž domnieva, že firmy si takýmto konaním **vykupujú svoje podnikateľské hriechy**, alebo tak robia preto, že **nevedia, čo s peniazmi (24 %)**.

**Fórum donorov je združenie popredných organizácií udeľujúcich granty mimovládny neziskovým organizáciám. Členovia Fóra donorov dodržiavajú Etické princípy, ktoré zakotvujú základné etické hodnoty a výrazným spôsobom prispievajú k posilneniu kultúry darcovstva na Slovensku. V roku 2006 pri Fóre donorov vznikol Klub firemných darcov združujúci podnikateľské subjekty s dlhoročnou tradíciou zodpovedného a transparentného firemného darcovstva.**