



**ДОВЕРБАТА,
ОДГОВОРНОСТА ЗА
ОПШТЕСТВЕНИТЕ
ПРАШАЊА И
ДОБРОТВОРСТВОТО
ВО МАКЕДОНИЈА**



Издавач

Македонски центар за меѓународна соработка

За издавачот

Сашо Клековски
Извршен директор

Автори

Сашо Клековски
Александар Кржаловски
Сунчица Саздовска
Гонце Јаковлеска

Секретар

Даниела Стојанова

Лектура

Даниел Медароски

Дизајн и подготовка

Кома лаб. Скопје

Печати

Боро Графика, Скопје

Скопје, септември, 2006 г.

Тираж:

500

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски",
Скопје

316.653:061.2(497.7)

ДОВЕРБАТА, одговорноста за општествените прашања и добротворството
во Македонија ; [преведувач Викторија Димитровска]. - Скопје :
Македонски центар за меѓународна соработка, 2006. - 80 стр. :
илустр. ; 24 см

Библиографија: стр. 72

ISBN 9989-102-32-5

а) Јавно мислење - Македонија - Невладини организации
COBISS.MK-ID 67035658

СОДРЖИНА

ПРЕДГОВОР	5
ЛИСТА НА КРАТЕНКИ	7
РЕЗИМЕ	9
I. ВОВЕД	13
II. ДОВЕРБА	17
III. ДОВЕРБА И СТАВОВИ ЗА ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО	25
IV. ПОЗНАВАЊЕ И СТАВОВИ ЗА ГРАЃАНСКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ	31
V. ОДГОВОРНОСТ ЗА ОПШТЕСТВЕНИТЕ ПРАШАЊА	41
VI. ДОБРОТВОРСТВО	47
ПРИЛОГ 1. ПРАШАЛНИЦИ ЗА ДОВЕРБА И ДОБРОТВОРСТВО	65
ПРИЛОГ 2. СТРУКТУРА НА ПРИМЕРОК	79

ПРЕДГОВОР

Извештајот „Довербата, одговорноста за општествените прашања и добротворството во Македонија“ се темели на две посебни анкети на јавното мнение кои ги опфатија наведените теми. Анкетите и нивната обработката ги направи ИСППИ, додека овој извештај го подготви Македонскиот центар за меѓународна соработка.

Истражувањето за довербата, одговорноста за општествените прашања и добротворството во Македонија се наметна како решение на **потребата** да ги провериме претпоставките и планирањето за иднината го засноваме на аргументи и факти. Притоа, овие аргументи не се валидни само за МЦМС и само за една организација туку, за сите актери во граѓанскиот сектор и други актери во Македонија.

Граѓанскиот сектор во Македонија во последните неколку години се соочува со **изменет контекст**. Во минатото развојот на граѓанскиот сектор се темелеше на странски донации. Сега граѓанскиот сектор се соочува со заминувањето на повеќе донатори од Македонија или менувањето на интересот на оние што од надвор го поддржуваа секторот. Ваквата промена налага сериозна дебата за идниот развој на граѓанскиот сектор.

Зошто ги одбравме довербата, одговорноста за општествените прашања и добротворството?

Општо земено, целта на граѓанските организации е да ги застапуваат интересите на граѓаните. Таквата релација меѓу граѓанскиот сектор и граѓаните треба да се темели на доверба. Довербата од граѓаните ќе им овозможи на граѓанските организации **поголемо влијание** на **јавните политики** и поголем легитимитет во застапувањето на нивните интереси.

Довербата беше истражувана и во друга функција. Повеќето од организациите соочени со трендот на намалување на странските донации планираат истите да ги надоместат со **домашни донации**. Имајќи ја предвид малата поддршка од Владата на Македонија, интересот се врти кон деловниот сектор и граѓаните. Но, релацијата давање-примање е заснована на довербата на давателот. Недостатокот на доверба го доведува под ризик давањето односно добротворството.

Со тоа, граѓанскиот сектор во центарот на очекувањата ги поставува деловниот сектор и граѓаните. Дали и граѓаните имаат слична перцепција за тоа кој е одговорен за решавање на општествените прашања?

Затоа МЦМС сакаше да провери колкава е довербата, кој е одговорен за општествените прашања и колкаво би било добротворството на граѓаните.

Податоците и анализите презентирани во овој извештај овозможуваат пореално планирање на иднината. Но, не само тоа. Се надеваме дека овој извештај ќе започне **дискусии и дебати** за довербата, одговорноста за општествените прашања и за добротворството во Македонија.

ЛИСТА НА КРАТЕНКИ

- АДИ: Асоцијација за демократски иницијативи
- ВМРО-ДПМНЕ: Внатрешна македонска револуционерна организација –
Демократска партија за македонско национално единство
- ВМРО-НП: Внатрешна македонска револуционерна организација –
Народна партија
- ДЕМ: Движење на екологистите на Македонија
- ДОМ: Демократска обнова на Македонија
- ДПА: Демократска партија на Албанците
- ДУИ: Демократска унија за интеграција
- ЕСЕ: Здружение за еднаквост, солидарност и еманципација
- ЗИОМ: Заедница на инвалидиските организации на Македонија
- ЗНМ: Здружение на новинарите на Македонија
- ЗЕЛС: Заедница на единиците на локалната самоуправа
- ИСППИ: Институт за социолошки и политичко правни истражувања
- ИТЗ: Институт за трајни заедници
- МРФП: Македонска развојна фондација за претпријатија
- МЦК: Македонски црвен крст
- МЦМС: Македонски центар за меѓународна соработка
- НСДП: Нова социјалдемократска партија
- ОПМ: Организација на потрошувачите на Македонија
- ПДП: Партија за демократски просперитет
- СДСМ: Социјалдемократски сојуз на Македонија
- СЗПМ: Сојуз на здруженијата на пензионерите на Македонија
- ССУКМ: Сојуз на студентите при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“
- СОЖМ: Сојуз на организации на жените во Република Македонија
- ФИООМ: Фондација Институт отворено општество - Македонија
- ХКЧП: Хелсиншки комитет за човекови права на Република Македонија
- ЦИРа: Центар за институционален развој
- ЦИИ: Центар за граѓанска иницијатива

Извештајот „Довербата, одговорноста за општествените прашања и добротворството во Македонија“ доаѓа како резултат на потребата да се провери колкава е довербата на граѓаните во граѓанските организации, каде е лоцирана одговорноста за општествените прашања и да се провери колку граѓаните се подготвени за вклучување во добротворни активности. Извештајот оди и понатаму. Тој дава поширок поглед на довербата и добротворството вклучувајќи ги и другите два сектори, државниот и деловниот. Притоа, овозможува увид во ставовите на граѓаните за трите сектори, мотивите што ги водат при дарувањето итн. Големиот број варијабли (род, возраст, етничка припадност, образование, место на живеење, регион, работен статус, месечни примања по член на домаќинство, и политичка партија која испитаникот ја чувствува како своја) овозможува да се види како ставовите и изјавите соодејствуваат со социјалните показатели, етничката припадност или регионот на живеење. Ова овозможува да се создаде социјалниот профил на граѓанинот за конкретното прашање. Во извештајот ќе сретнете неколку такви профили.

Анкетирањето на репрезентативен примерок и фокус групи се избрани како погодна методологија за проверка на довербата, одговорноста за општествени прашања и добротворството.

ДОВЕРБА

Во Македонија е релативно ниска општата доверба (54,5%) и довербата во институциите. Извештајот го покажува соодносот на општата доверба и социјалните показатели односно покажува дека довербата е поголема кај граѓаните со повисоко образование, кои се вработени и имаат повисоки месечни примања и обратно. Впечатлива е поголемата доверба во микро и локално ниво, а начално помала доверба во големите и националните институции. Најниска е довербата во политичките партии и во институциите кои се поврзани со нив. Довербата пак во институциите е во сооднос и со возраста и етничката припадност, помладите (18-30 години) и етничките Албанци имаат поголема доверба во „новите“ институции, како деловниот сектор, додека оние над 65 години имаат ниска доверба во институциите.

Во поглед на довербата во граѓанските организации, граѓаните се поделени (50,3% имаат доверба, а 49,7% немаат). Кај ставовите, кому му служат граѓанските организации, големо мнозинство од граѓаните се изјасниле дека делумно/целосно се согласуваат со ставот дека граѓанските организации им служат на граѓаните (76,7%), за разлика од 55,1% кои делумно/целосно се согласуваат со ставот дека граѓанските организации им служат на интересите на странските држави и фондации. За граѓаните, граѓанските организации се не-партиски, но злоупотребувани од партиите.

Општото познавање на граѓанските организации е добро, големо мнозинство (67,2%) од граѓаните знае да наведе конкретни граѓански организации. Значително послабо граѓаните ја познаваат работата на граѓанските организации во конкретни области. Ова познавање е во сооднос со социјалните показатели. Познавачите на граѓанското општество се припадници на средната класа т.е. се подобро образовани, живеат во град, вработени се во јавниот сектор, имаат повисоки месечни примања и во просек се помлади. Постои сооднос на познавањето на граѓанските организации со нивниот профил, нивото на нивните активности и нивната експонираност во јавноста, конечно, јавноста има позитивно мислење за граѓанските организации.

ОДГОВОРНОСТ ЗА ОПШТЕСТВЕНИ ПРАШАЊА

Граѓаните ја перцепираат државата како најодговорна за решавањето на општествените потреби, со пониски очекувања од самите граѓани и скоро отсуство на очекувања од деловниот сектор.

Висока е и перцепцијата на „себичност“ кај другиот, во солидарност веруваат само 26,4%. Граѓаните сметаат дека социјалната помош не е решение на проблемите, туку вработувањето, а од друга страна, она за што би дарувале може да се класифицира како социјална помош.

ДОБРОТВОРСТВО

Иако даруваат многу луѓе (83,2% во последните 12 месеци дарувале барем еднаш) сепак мал е процентот на оние што тоа редовно го прават. Извештајот ги потврди претпоставките дека граѓаните најмногу даруваат за здравје, деца, млади и лица со посебни потреби

и тоа најчесто во пари. Вообичаената сума се движи од 10 до 100 денари што е намалување во однос на вообичаената сума на дарување во 2001 година која изнесувала помеѓу 100 и 500 денари.

Дека довербата е од круцијално значење за добротворството потврдува и ставот на 42,6% од испитаниците кои сметаат дека средствата не се употребуваат наменски. Подобрувањето на информирањето за користењето на помошта би придонело да се подобри довербата.

Граѓаните најмногу сакаат да даруваат директно и на рака. Причините за директното дарување најчесто се образложуваат со одбегнување на злоупотреба (31,1%) и желбата да се види кому му се дава помошта (26,6%). Ова е во спротивност со ставот на 17,9% од испитаниците кои очекуваат да добијат информација за помошта.

.....

Македонија со Уставот од 1991 година е дефинирана како либерално-демократска држава. Либерално-демократскиот концепт меѓу другото вклучува и споделена одговорност меѓу трите сектори – државниот, деловниот и граѓанскиот, високо ниво на социјален капитал (заснован на висока општа доверба, прифаќање на културната разновидност) и граѓанска одговорност (вклучувајќи и вклученост во добротворни активности).

Истражувањето опфати дел од социо-културните показатели, но не и сите и можеби и не доволно, за социо-културната транзиција од авторитарна и етатистичка (социјалистичка) култура кон либерал-демократските вредности.

Показателите, како, релативно ниската општа доверба и довербата во институциите, посебно во „новите“ институции, високите очекувања од државата во решавање на општествените проблеми, ниското ниво на граѓанска одговорност, водат кон прелиминарен заклучок дека и по петнаесет години транзиција авторитарната и етатистичка култура е вкоренета кај мнозинство граѓани во Македонија, посебно меѓу оние кои се (можни) жртви на транзицијата (пониско образование, невработени, ниски примања). Секако значајно е дека вработувањето има повисок приоритет наспроти социјално-хумнитарната помош, но и тука постои ризик од очекувањата дека тоа е одговорност на државата.

I. ВОВЕД

ПОЗАДИНА

Во овој извештај се анализирани наодите од двете анкети: Добротворството во Република Македонија; и, Довербата во граѓанските организации во Република Македонија, кои беа спроведени на национален репрезентативен примерок на граѓаните на Република Македонија.

Цели на истражувањето беа да се испитаат можностите за мобилизација на ресурси и да се испита довербата на граѓаните и деловниот сектор во граѓанските организации и актерите во граѓанските организации.

Македонскиот центар за меѓународна соработка (МЦМС) го довери испитувањето на јавното мислење врз коешто се базира овој извештај на Институтот за социолошки и политичко правни истражувања (ИСППИ), чија одговорност беше и методолошката исправност на двете истражувања.

ТЕРМИНИ И ДЕФИНИЦИИ

Во македонската јавност и во стручните кругови не постои взаемно разбирање на концептот (дефиницијата) на граѓанското општество. Сепак, во рамките на Цивилус - Индексот на граѓанското општество во Македонија (МЦМС, 2006) група од 20 истакнати актери во граѓанското општество, како и претставници на другите сектори се усогласија за дефиницијата на граѓанското општество.

Оваа дефиниција беше користена во овој извештај, а гласи *„сите формални и неформални граѓански здружувања, организации и мрежи коишто го исполнуваат општествениот простор меѓу семејството, деловниот сектор, политичките партии и власта, а кои се здружуваат заради остварување заеднички цели и интереси“*. Според оваа дефиниција се опфатени граѓанските организации (здруженија на граѓани и фондации), цркви и верски организации, синдикати и стопански комори.

Во Македонија, исто така, сè уште нема разграничување и на термините филантропија и добротворство, или пак употребата на различни термини во македонскиот јазик, како што се добротворство, добротворство и добродетелство. Прифатеното значење на филантропија е доброволен акт на донирање пари или добра или обезбедување друга поддршка на добротворна кауза, вообичаено во подолг период. Или филантропија е орудие на приватниот сектор за влијание на социјална промена. Со конвенционалната дефиниција на филантропијата, донациите се за тесно дефинирана кауза и донациите треба да придонесат кон препознатлива промена во социјални услови. За тоа, често се потребни големи донации и финансиска поддршка во подолг период. Потребата од поголема финансиска посветеност прави разлика меѓу „филантропија“ и добротворни прилози. Затоа, конвенционалната употреба на „филантропија“ се применува за богати поединци и понекогаш за фондација (или труст) основан од богати поединци.

Во овој извештај фокусот е на добротворните прилози, но се истражувани и ставовите кон филантропијата и кон алтруизмот. Во анкетата за добротворството се опфатени прашања за ставовите за вредности и норми, кои се поддржувачки како одговорноста за решавање на општествени потреби, одговорноста на деловниот сектор (социјална одговорност на претпријатијата), алтруизмот (грижа за потребите на другиот), како и начините на решавање на општествените потреби. Поголем дел од истражувањето е насочено кон мотивацијата за добротворство, целите и методологијата на добротворството.

МЕТОДОЛОГИЈА И ПРИСТАП

Истражувањето е спроведено со две усмени анкети во домаќинствата во април 2006 година на репрезентативен примерок од по 1.607 испитаници и со разговор во 4 фокус-групи со граѓани, стопанственици и новинари, во периодот 6-7 јуни 2006 година.

1. ПРАШАЛНИК

Прашалниците за истражувањето беа подготвени во март 2006 година од страна на МЦМС и ИСППИ.

За исполнување на целите на истражувањето, со прашалникот беа опфатени следните варијабли:

- » Доверба на граѓаните во институциите од јавниот (државен), деловниот (приватен) и граѓанскиот сектор;
- » Информираност за граѓанските организации и нивните активности;
- » Ставови за граѓанското општество;
- » Ставови и мотиви за добротворството;
- » Цели и целни групи на добротворството;
- » Начин, време и информации за добротворството;
- » Социо-демографски карактеристики;
- » Партиска ориентација.

2. ПРИМЕРОК

Анкетите беа спроведени во април 2006 година на репрезентативен примерок од по 1.607 испитаници. Популациската рамка на примерокот беше население постаро од 18 години, а критериуми за репрезентативност беа: пол, етничка припадност, возраст, место на живеење и региони.

Од 1.607 испитаници, 49,5% беа жени, а 50,5% мажи, во однос на етничката застапеност Македонците беа застапени со 64%, а Албанците со 24%, другите етнички групи беа застапени со 11,4%.

3. ОБРАБОТКА И ПРИКАЖУВАЊЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ

Собраните податоци се обработени со честота и пропорција на одговорите. Резултатите се прикажани во табели на ниво на целиот примерок, како и во табели кои ја следат структурата на примерокот во однос на: пол, возраст, етничка припадност, образование, место на живеење, работен статус, месечни примања по член на домаќинство, чувство на партиска припадност и регион.

Податоците се со веројатност на точност од 95% и со грешка +/- 5%.

Во извештајот незначително малцинство се употебува за одговори помалку од 10% од примерокот, мало малцинство за 11% до 30%, малцинство за 31% до 50%, мнозинство за 51% до 65%, и големо мнозинство за повеќе од 65%.

4. РАБОТНА ГРУПА

МЦМС вклучи неколку свои соработници во сите фази на истражувањето, кои наедно се и автори на овој извештај: Сашо Клековски, (II. Доверба; В. Одговорност за општествените прашања; Уредник на извештајот); Гонце Јаковлеска, (VI. Добротворство); Александар Кржаловски, (III. Доверба и ставови за граѓанското општество); Сунчица Саздовска, (IV. Познавање и ставови за граѓанските организации); и, Даниела Стојанова, (I. Вовед; обработка и приказ на податоци).

II. ДОВЕРБА

ВОВЕД

Довербата е клучна компонента на социјалниот капитал. Општо земено, може да се идентификуваат три главни типа доверба.

Првата е социјална доверба во сличните, партикуларизирана доверба или персонализирана доверба. Ова е доверба внатре во заснованите релации или социјални мрежи (семејство, пријатели, соседи итн.).

Втората, општата доверба или социјалната доверба, вклучува доверба во непознати.

Третата доверба е институционалната доверба, која реферира на основана доверба во формалните институции на владеење и на општеството.

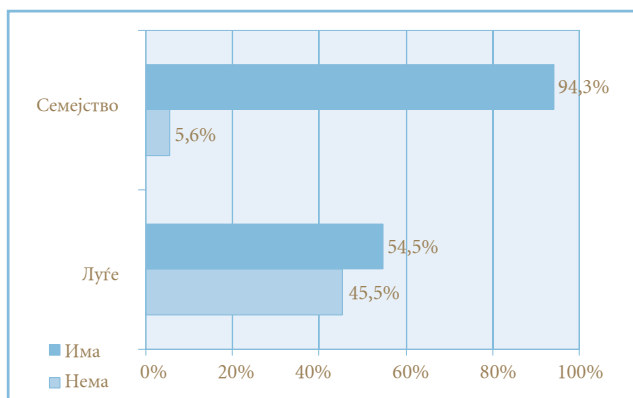
17

ДОВЕРБА ВО СЛИЧНИТЕ И ОПШТА ДОВЕРБА

Граѓаните во Македонија имаат највисока доверба во семејството (94,3%), наспроти мало мнозинство на граѓани (54,5%) кои имаат општа доверба во луѓето.

Графикон II.1.

Колку доверба имате во луѓето и во семејството



Табела II.1.**Профил на општа доверба**

Карактеристики	Има доверба (54,5%)	Нема доверба (45,5%)
Пол	Нема влијание	
Возраст	Нема влијание	
Етничка прип.	Нема влијание	
Образование	Високо /вишо (59,8%)	Незавршено и основно (58,1%/52,8%)
Работен статус	Вработен/јавен сектор (66,8%)	Невработен (54%)
Месечни примања	Од 6.001-9.000 МКД (63,9%)	До 2.000 МКД (57%)
Партиска определба	СДСМ (63,4%), ДУИ, ДПА	ВМРО-НП (49,2%)
Урбанизација	Град над 50.000 жители (58,9%)	Град до 15.000 жители (52,7%)
Регион	Куманово (61,1%), Полог (63,8%), Пелагонија (61,9%)	Струмица (59%), Брегалница (55,5%)

Во структурата се забележливи разликите помеѓу граѓаните според различни демографски карактеристики.

Полот, возраста и етничката припадност немаат влијание за разлика од образованието, работниот статус, месечните примања, политичката определба, како и урбанизацијата и регионот.

ДОВЕРБА ВО ИНСТИТУЦИИТЕ

Довербата во институциите е истражувана според трисекторскиот пристап: држава, деловен (приватен) и граѓански сектор. Медиумите и политичките партии поради можноста да припаѓаат во повеќе сектори се издвоени посебно. Кон нив е додадена меѓународната заедница.

Довербата на (мало) мнозинство ја имаат само медиумите. Блиску до мнозинството се деловниот и граѓанскиот сектор и донекаде меѓународната заедница. Државата и политичките партии имаат малцинска поддршка. Најмалку доверба граѓаните имаат во политичките партии, каде 50,7% од нив немаат никаква доверба.

Профилот на доверба во институциите ги следи карактеристиките на општата доверба. Се јавуваат одредени отстапувања според возраста, етничката припадност и партиската определба.

Графикон II.2.

Колку доверба имате во:



Припадниците на помладите генерации (18-30 години) имаат поголема доверба во деловниот сектор (56,2%), додека возрасните над 65 години (и пензионерите) имаат пониска доверба во сите сектори со исклучок на државата - медиумите (доверба 45,1%), деловниот сектор (31,9%), граѓанскиот сектор (35,2%), меѓународната заедница (28,6%), и политичките партии (16,5%).

Етничките Македонци имаат пониска доверба во меѓународната заедница (35,1%) и политичките партии (15,7%). Етничките Албанци имаат повисока доверба во деловниот сектор (64,4%), меѓународната заедница (69,1%) и политичките партии (42,1%). И етничките Македонци (26,5%) и етничките Албанци (36,2%) имаат слична доверба во државата (29,2%).

Граѓаните кои ја чувствуваат ВМРО-ДПМНЕ како своја партија помалку веруваат на граѓанскиот сектор (35%) и меѓународната заедница (32,5%).

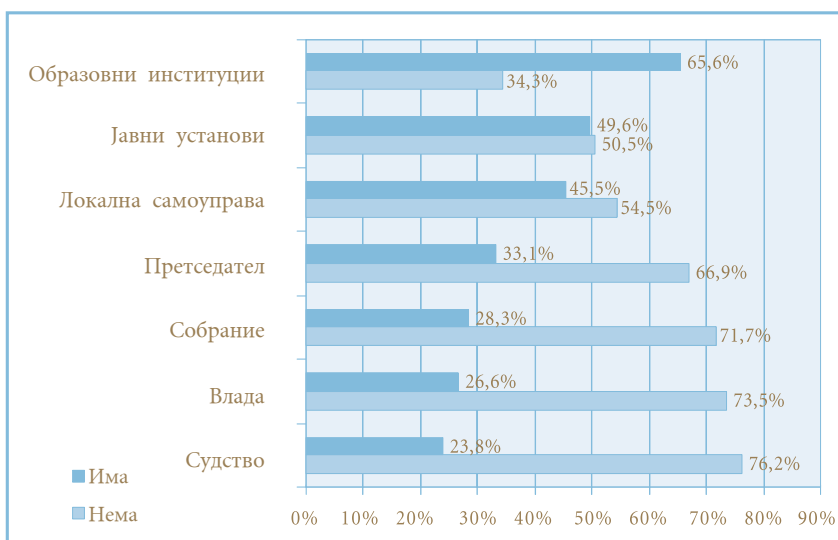
Граѓаните на Скопје имаат помала доверба во медиумите (45,6%), државата (19,7%), политичките партии (15%), а со помали разлики и во другите сектори.

ДОВЕРБА ВО ДРЖАВНИОТ СЕКТОР

Различни институции различно придонесуваат кон (не) довербата кон државата.

Графикон П.3.

Доверба во државниот сектор



Образовните институции ја имаат довербата на големо мнозинство, а јавните установи и локалната самоуправа на значајно малцинство. Граѓаните имаат најмалку доверба во Собранието, Владата и судството. Можна е корелација меѓу ниската доверба во државата и политичките партии и Претседателот, Собранието, Владата и судството.

Профилот на доверба во државните институции ги следи карактеристиките на општата доверба.

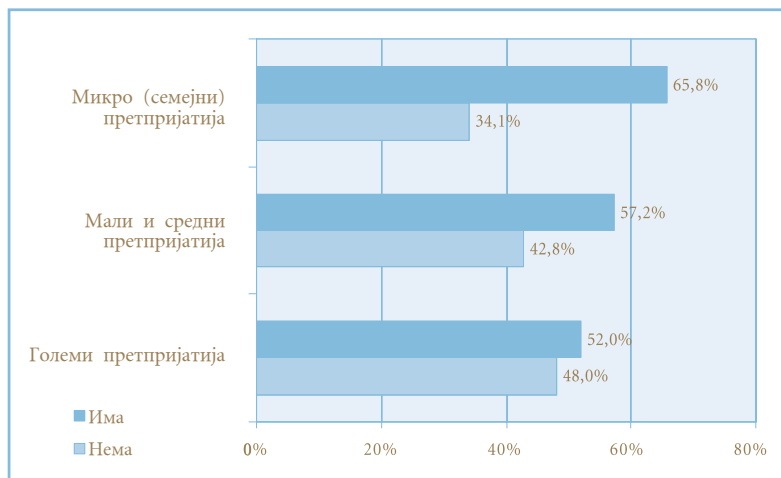
Битни разлики се јавуваат во довербата кон локалната самоуправа. Во неа повисока доверба имаат етничките Албанци (58,5%), ДУИ (57%), СДСМ (55,7%) во Полог (72,7%), Кумановско (52,9%), Повардарие (53,8%), Пелагонија (46%). Пониска доверба во локалната самоуправа имаат етничките Македонци (40,1%), во охридскиот регион, брегалничкиот регион (30,8%) и Скопје (36,2), а донекаде и струмичкиот регион (38,9%).

ДОВЕРБАТА ВО ДЕЛОВНИОТ СЕКТОР

Во довербата на деловниот сектор истражувана е довербата во микро (семејни), мали и средни, како и големите претпријатија.

Графикон П.4.

Доверба во деловниот сектор



Граѓаните имаат најголема доверба во микропретпријатијата наспроти големите претпријатија. Тоа е во корелација со високата доверба во семејството (доверба во сличните).

Профилот на доверба во деловните институции ги следи карактеристиките на општата доверба. Малку повеќе се потенцирани регионалните разлики со висока доверба во микропретпријатија во Полог (86%) и ниска во брегалничкиот регион (46,1%).

ЗАКЛУЧОЦИ

1. Релативно ниска општа доверба и доверба во институциите

Граѓаните имаат висока доверба во сличните (доверба во семејството 94,3%) и ниска општа доверба (54,5%) и доверба во институциите.

Впечатлива е поголемата доверба на микро или на локално ниво, односно доверба во микропретпријатија (65,8%) и локална самоуправа (45,5%). Тоа е во корелација со довербата во сличните.

Постои помала доверба во големите и во националните институции, со исклучок на медиумите (56,7%) и образовните институции (65,6%).

Посебно ниска доверба постои во Претседателот (33,1%), Собранието (28,3%), Владата (26,6%), судството (23,8%) и политичките партии (22,35%).

Можна е корелација на недовербата со перцепцијата на партизираност на институциите.

2. Корелација на општата доверба и социјални показатели

Општата доверба нема корелација со полот, возраста и етничката припадност.

Постои корелација на општата доверба со социјални показатели: образование, работен статус, месечни примања, партиска определба. Постои поврзаност со регионот и донекаде со степенот на урбанизација.

Довербата е поголема кај граѓаните со повисоко образование, кои се вработени и се со повисоки месечни примања, и обратно.

Земајќи ги во обзир поврзаноста на довербата и социјалниот капитал, и на социјалниот капитал и степенот на развој и благосостојба, прашање за понатамошно истражување е поврзаноста на повисока доверба (социјален капитал) со групи во релативна благосостојба.

3. Довербата во институциите во корелација со возраста и етничката припадност

Довербата во институциите е во значаен дел во корелација со показателите коишто влијаат и на општата доверба.

Дополнителни разлики се јавуваат во возраста и во етничката припадност.

Возрасните над 65 години имаат помала доверба во институциите, посебно во „новите“, за разлика од младите (18-30 години) кои се со повисока доверба во деловниот и донекаде во граѓанскиот сектор.

Етничките Албанци имаат поголема доверба во „новите“ институции: деловниот сектор, меѓународната заедница, политичките партии и локалната самоуправа.

Етничките Албанци и етничките Македонци имаат слична (не)доверба во државата, но и слична висока доверба во образовните институции.

III. ДОВЕРБА И СТАВОВИ ЗА ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО

ВОВЕД

Посебен фокус на ова истражување е граѓанскиот сектор и довербата на јавноста во него. Има различни дефиниции за граѓанското општество и припадните форми на здружување, а во овој случај е употребено поширокото разбирање, кое покрај граѓанските организации (здруженија на граѓани и фондации), често реферирани и како невладини организации, ги вклучува и црквите и верските заедници, синдикатите и стопанските комори (*види дефиниција на страна 13*).

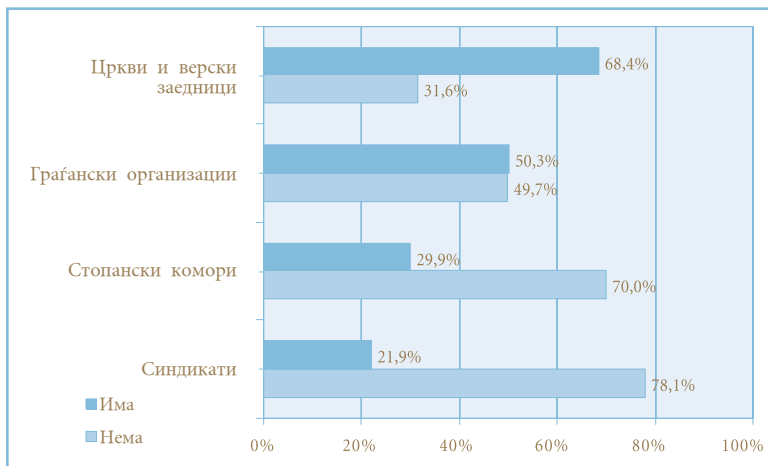
Во овој дел се тестирани и одредени ставови во однос на граѓанските организации, како и нивниот однос со политичките партии.

ДОВЕРБА ВО ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО

Граѓаните имаат најголема доверба во црквите и верските заедници (68,4%), додека има поделеност во довербата кон граѓанските организации. Мнозинството граѓани немаат доверба во синдикатите и стопанските комори.

Графикон III.1.

Колку доверба имате во:



Најголема доверба во граѓанските организации се забележува (разбирливо) кај вработените во граѓанскиот сектор (77,8%), потоа кај етничките Турци (70,9%), за разлика од Ромите (33,3%), а довербата расте со степенот на образованието. Другите разлики се помали, а позабележителна е поголемата доверба кај симпатизерите на СДСМ и ДУИ (59%), наспроти ВМРО (и ДПМНЕ и НП) со околу 45%.

Поголемата доверба во црквите и верските заедници е најизразена во пелагонискиот регион (89%).

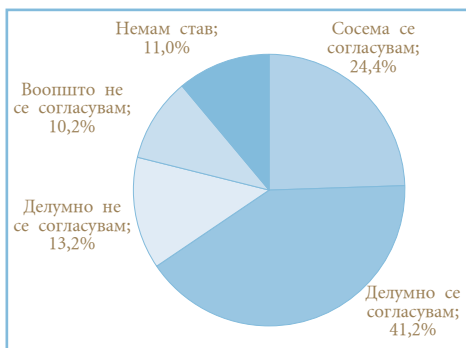
СТАВОВИ ЗА ГРАЃАНСКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Големо мнозинство граѓани (65,6%) сметаат дека граѓанските организации се создаваат со цел да се остварат интересите на граѓаните. Од друга страна, мнозинство граѓани (55,1%) сметаат дека граѓанските организации им служат на интересите на странски држави, со чија помош се организираат и финансираат, а големо мнозинство (76,7%) дека се средство на вештите поединци за пари и влијание. Разликите по поединечни параметри се незначителни.

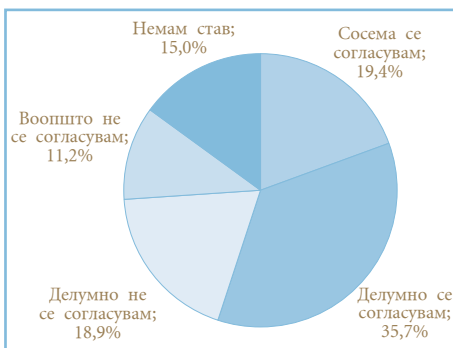
Графикон III.2.

Ставови за граѓанските организации

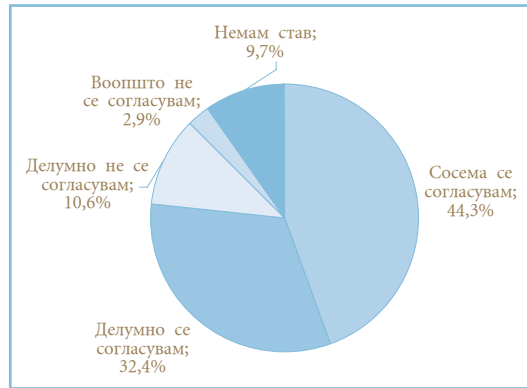
Став 1. Колку се согласувате со ставот дека граѓанските организации се организирани од страна на граѓаните со цел да се остварат интереси на граѓаните?



Став 2. Колку се согласувате со ставот дека граѓанските организации им служат само на интересите на странски држави и фондации со чија помош се организираат и финансираат?



Став 3. Колку се согласува-те со ставот дека повеќето граѓански организации се средство со коешто вештите поединци доаѓаат до пари и влијание?



Има недоследност во одговорите, со оглед на тоа што ставот 1 е во релативна контрадикција со ставовите 2 и 3, а за сите три има мнозинска согласност.

ГРАЃАНСКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ПАРТИИТЕ

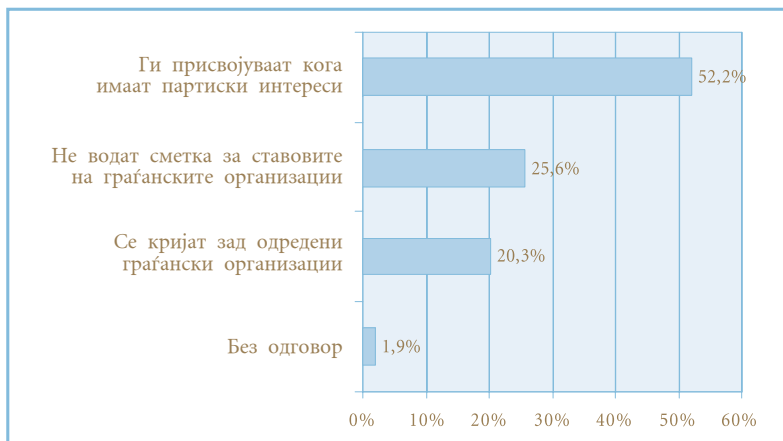
Мнозинството граѓани (61,1%) сметаат дека многу способни луѓе не се партиски организирани и дека граѓанските организации овозможуваат нивното мислење да допре до јавноста. Поголема верба во овој став имаат вработените во јавниот и граѓанскиот сектор (>70%), наспроти тие од приватниот (58%), како и домаќинките и пензионерите (<55%). Разлики има и кај партиската поделеност, па поголема согласност има кај граѓаните кои како своја партија ги чувствуваат ДОМ (77%), над просекот се СДСМ, ДУИ и НСДП (околу 62%), за разлика од ВМРО (ДПМНЕ и НП), ДПА (50%) и најмалку ПДП (36%).

За разлика од тоа, граѓаните сметаат дека политичарите ги злоупотребуваат (ги присвојуваат за свои интереси или се кријат зад нив) граѓанските организации (72,5%) или ги игнорираат (25,6%).

Најубедени во второто тврдење се Ромите (81%), но и вработените во самите граѓански организации (72%), додека за првиот став, најголема согласност има кај симпатизерите на т.н. партии на етничките Албанци (ДУИ, ДПА и ПДП), иако тоа не е рефлектирано во слична согласност од испитаниците кои се декларирале како етнички Албанци.

Графикон III.3.

Политичките партии и нивните лидери:



На директно прашање за идеолошка/партиска обоеност на конкретни граѓански организации, мало малцинство граѓани смета дека има таква поврзаност.

Табела III.1.

Наведете организации за коишто сметате дека се многу идеолошки (партиски) обоени:

ОРГАНИЗАЦИЈА	%
Хелсиншки комитет за човекови права на РМ (ХКЧП)	10,5
Здружение на новинарите на Македонија (ЗНМ)	8,5
Сојуз на организациите на жените во РМ (СОЖМ)	6,0
Фондација Институт отворено општество-Македонија (ФИОМ)	5,9
Ел хилал	5,9
Транспарентност Македонија	5,7
Сојуз на здруженијата на пензионерите на Македонија	4,3
Македонски центар за меѓународна соработка (МЦМС)	2,9
Македонски црвен крст	2,7
Институт за трајни заедници / Центар за институционален развој (ЦИРа)	1,4
Прва детска амбасада во светот „Меѓаши“	1,3
Полио плус	0,4

ЗАКЛУЧОЦИ

1. Поделеност во довербата во граѓанските организации

Граѓаните имаат поделена доверба во граѓанските организации (50,3% имаат доверба, а 49,7% немаат). Довербата расте со степенот на образованието. Поголема е довербата во црквите и верските заедници, а помала кон синдикатите и стопанските комори.

2. За граѓаните, за странските држави и фондациите или за вештите поединци?

За сите три ставови граѓаните искажале мнозинска согласност, што е релативно контрадикторно, а распределбата на одговорите по различни параметри е конзистентна (со мали, незначителни исклучоци). Значи, не може да се издвои некој од овие ставови како доминантен во перцепцијата на граѓаните.

3. Граѓанските организации се непартиски, но злоупотребувани од партиите

Мнозинството граѓани сметаат дека многу способни луѓе не се партиски организирани, дека граѓанските организации овозможуваат нивното мислење да допре во јавноста. Исто така и перцепцијата на граѓаните за партиската приврзаност на конкретни граѓански организации е малцинска (<10%).

Сепак, граѓаните се изјасниле и дека граѓанските организации или се игнорирани од политичките партии или се злоупотребени од нив или од нивните лидери.

IV. ПОЗНАВАЊЕ И СТАВОВИ ЗА ГРАЃАНСКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ

ВОВЕД

Истражувањето го адресира и познавањето и ставовите за конкретни граѓански организации и личности од граѓанскиот сектор.

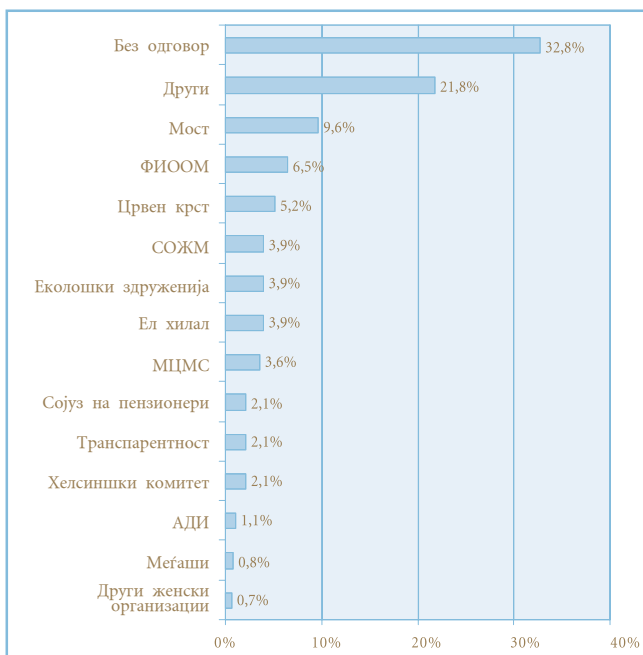
Покрај општото познавање на граѓанските организации, испитувано е и познавањето на граѓанските организации коишто работат во три области: борба против сиромаштијата, развој на граѓанското општество и борба против корупцијата.

ОПШТО ПОЗНАВАЊЕ НА ГРАЃАНСКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Општото познавање на граѓанските организации во Македонија најпрвин е истражувано барајќи од испитаниците да наведат организации без да се потсетуваат или да им се даваат примери.

Графикон IV.

1. Наведете до три граѓански организации коишто ги познавате:



Големо мнозинство од испитаниците знаеле да наведат конкретни организации (67,2%).

Анализирајќи кои организации се најчесто наведувани, треба да се има предвид дека истражувањето е извршено пред почетокот на изборната кампања за парламентарните избори 2006, што може да е причина на листата високо да бидат организации кои имале активности поврзани со изборите. Почесто спомнувани организации се и оние кои постојат подолг период (повеќе од 10 години), кои имаат меѓународен карактер, кои се мрежи и чадорски организации, организации со помасовно членство и организации кои работат на национално ниво.

Кај одделни граѓански организации етничката припадност има влијание врз познавањето. Така, има граѓански организации кои се спомнувани во најголема мера или пак исклучиво од припадници на една етничка група. Ова зависи од целната група на организациите.

Табела IV.

1. Профил на познавачи на граѓанските организации

Карактеристика	Познавач (67,2%)	Не знае (32,8%)
Пол	Нема влијание	
Возраст	Од 18 до 30 г. (73,7%)	Над 65 г. (45,1%)
Етничка прип.	Нема влијание	
Образование	Високо/вишо (83,5%)	Без основно (67,7%)
Работен статус	Вработен/јавен сектор (81,4%)	Земјоделец, неактивни (61%, 45%)
Месечни примања	Над 12.000 МКД (78,7%)	До 2.000 МКД (44,5%)
Политичка определба	Нема посебно влијание	
Урбанизација	Град (75%)	Село (43,8%)
Регион	Куманово (86,8%), Штип (80,1%)	Струмица (49,1%), Пелагонија (60,8%)

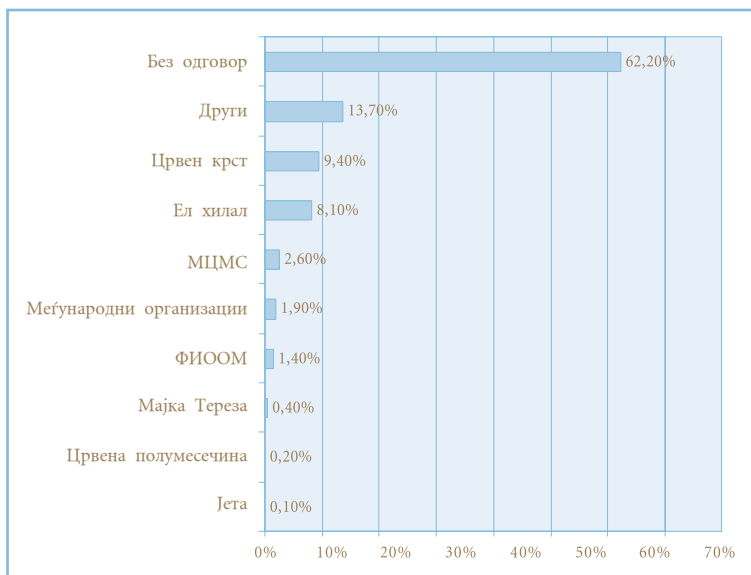
Ако направиме профил на просечен познавач/непознавач на граѓанските организации, може да се констатира дека полот, етничката припадност и политичката определба немаат влијание. Но, забележителна е разликата во однос на образованието, односно тие со високо и со вишо образование многу повеќе го познаваат граѓанското општество (16,5% не знаат да наведат конкретна граѓанска организација), од оние без основно образование (67,7% не знаат да наведат граѓанска организација). Испитаниците без образование, а кои имаат одговор (познавачите)

најчесто (50%) наведуваат организации главно со социо-хуманитарен карактер, додека со зголемувањето на степенот на образованието се зголемува познавањето организации и од друг тип. Возраста исто така има влијание, па така подобри познавачи се младите од 18 до 30 години (26,3% не навеле граѓанска организација) од повозрасните над 65 години (45,1% не знаеле да наведат конкретна организација). Вработените во јавниот сектор и оние со повисоки месечни примања се подобри познавачи на граѓанското општество, од земјоделците и неактивните граѓани и од оние кои имаат месечни примања до 2.000 МКД по член од семејството. Урбанизацијата и регионот исто така имаат влијание. Оние кои живеат во Кумановско и во Штипско знаат повеќе од оние што живеат во Струмичко и во Пелагонија, што одговара и на бројот и нивото на активност на граѓанските организации во овие региони.

Познавањето граѓански организации кои работат во конкретни области е истражувано за организации кои работат на борба против сиромаштијата, развој на граѓанското општество и борба против корупцијата, при што е побарано од испитаниците да наведат конкретни организации, без да се потсетуваат или да им се даваат примери.

Графикон IV.2.

Препознати организации во борба против сиромаштијата

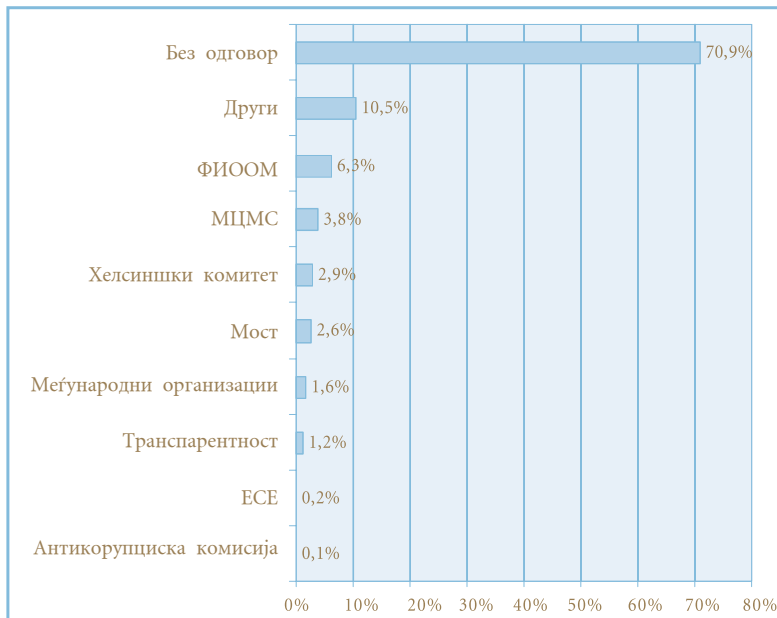


Познавањето организации кои работат во овие три области е различно, при што релативно подобро е познавањето организации кои работат на борба против сиромаштијата, отколку организации кои работат на јакнење на граѓанското општество, а уште послабо е познавањето организации кои работат на борба против корупцијата.

На првите две места на листата на граѓански организации кои работат на полето на сиромаштијата се организации кои имаат социохуманитарен карактер и се занимаваат главно со итна помош. И покрај тоа што целна група на овие организации се најсиромашните, општиот тренд дека подобри познавачи се оние со повисоки примања по член на семејството е карактеристичен и тука. Мнозинство од граѓаните (62,2%) не знаат да наведат ниту една граѓанска организација која работи на полето на сиромаштијата.

Графикон IV.3.

Препознати организации кои работат за јакнење на граѓанското општество

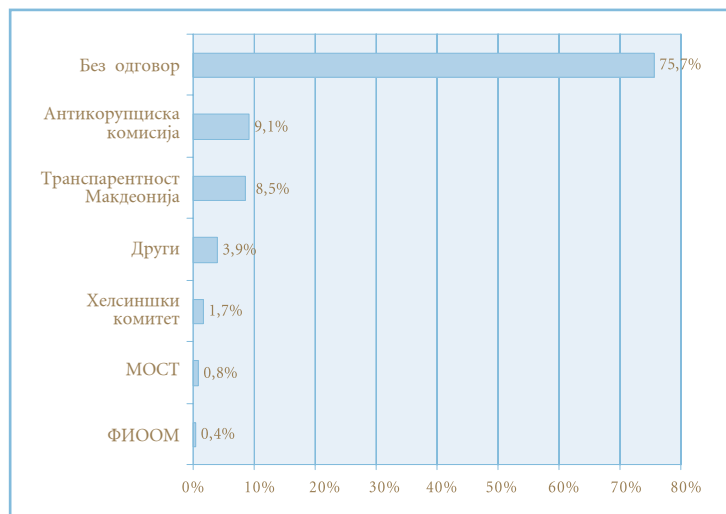


Како организации кои работат на јакнење на граѓанското општество се препознаваат организации кои и навистина го имаат специфично зацртано развојот на граѓанското општество како своја цел, потоа организации кои работат на заштита на човековите права, избори и

демократизација и сл. Големо мнозинство од граѓаните (70,9%) не знаат да наведат ниту една организација која работи на полето на јакнење на граѓанското општество.

Графикон IV.4.

Препознати организации кои работат на борба против корупцијата



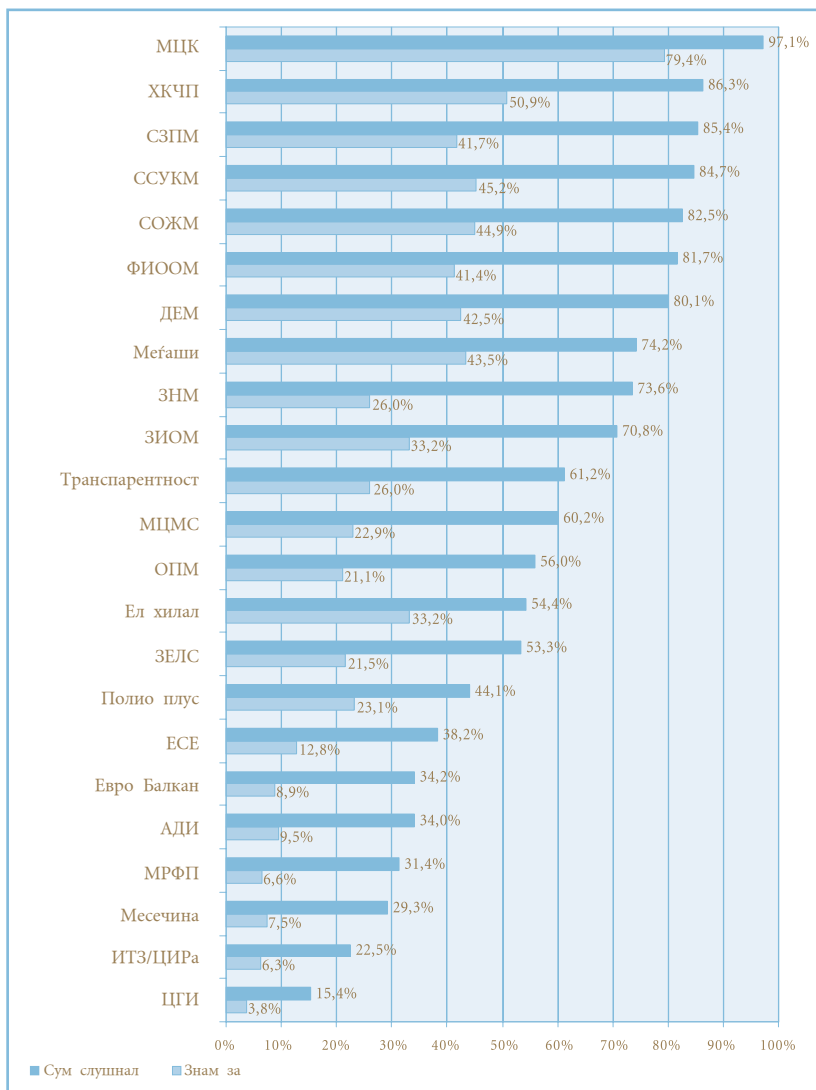
За организациите кои работат на борба против корупцијата има уште послабо познавање, па така дури и оние кои себеси се сметале за познавачи имаат наведено нерелевантни одговори, односно организации кои немаат директни активности во таа област. Ова одговара на ниското ниво активности коишто граѓанските организации ги преземаат за борба против корупцијата. Иако не е граѓанска организација, Антикорупциската комисија се доживува како најактивна во борбата против корупцијата и е најчесто спомнувана. Големо мнозинство од граѓаните (75,7%) не знаат ниту една организација која работи на борба против корупцијата.

Познавањето на граѓанските организации е испитувано и со потсетување. Испитувана е општата информираност (слушнале) и познавањето (знаат) за листа од 23 организации.

Граѓаните покажуваат различна општа информираност и познавање различни организации.

Графикон IV.5.

Сум слушнал/знам за:



Одејќи од општа информираност (слушнале) кон познавачи (знаат) за секоја од организациите бројот значајно опаѓа, односно за повеќето истиот се преполовува.

И во однос на информираноста и во однос на познавањето, највисоко на листата се етаблирани организации со најдолга историја и организации кои работат на национално ниво. Можно е експонираноста во медиумите исто така да има влијание.

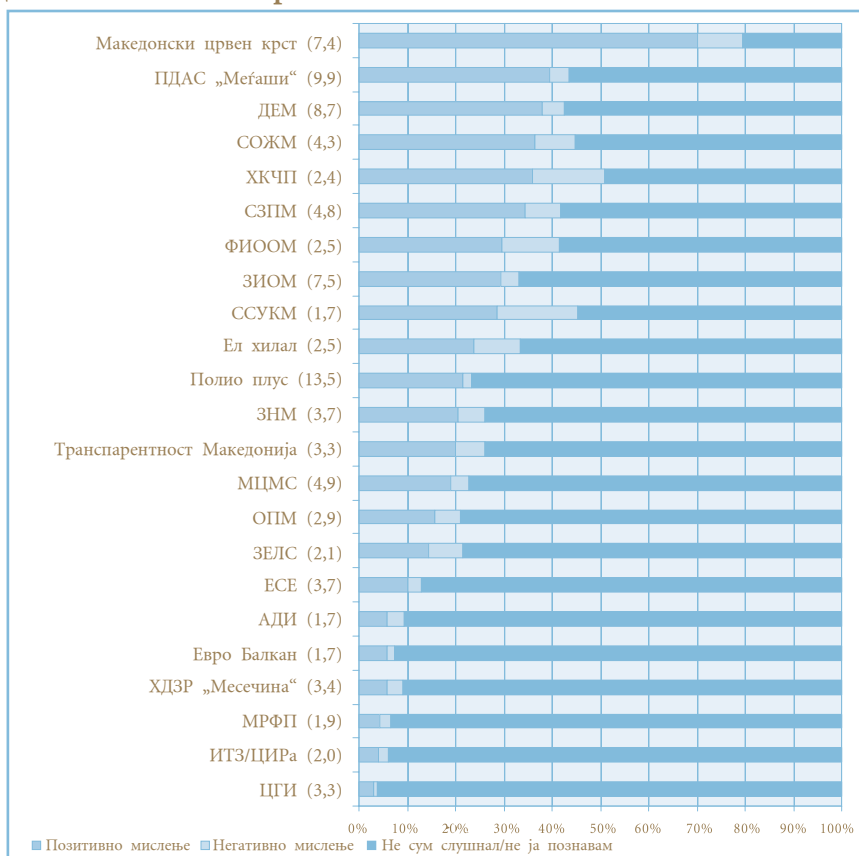
СТАВОВИ (ПОЗИТИВНИ/НЕГАТИВНИ) ЗА ГРАЃАНСКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Од познавачите за секоја поединечно од 23-те организации, наведени на листата, е побарано да одговорат дали имаат позитивен или негативен став.

Позитивните ставови за граѓанските организации се многукратно почести во однос на негативните. Појавата на негативни ставови за конкретни организации се јавува кај незначително малцинство од испитаниците (до 10%), а само за вкупно три од посочените 23 организации негативните ставови се над 10% (од 11,7 до 16,6%) и претставува мало малцинство од граѓаните.

Графикон IV.6.

Однос на позитивни спрема негативни ставови¹



¹ Во заградата по името на организацијата е даден односот на позитивното наспрема негативното мислење на граѓаните за соодветните организации

Во јавноста преовладува позитивното мислење за сите испитувани граѓански организации. Односот на позитивни спрема негативни ставови е позитивен за сите организации кои биле вклучени во истражувањето, односно на секој испитаник со негативен став доаѓа минимум 1,7 испитаници со позитивен став (за најниско рангираните организации) до максимум 13,5 испитаници со позитивен став (за највисоко рангираната организација).

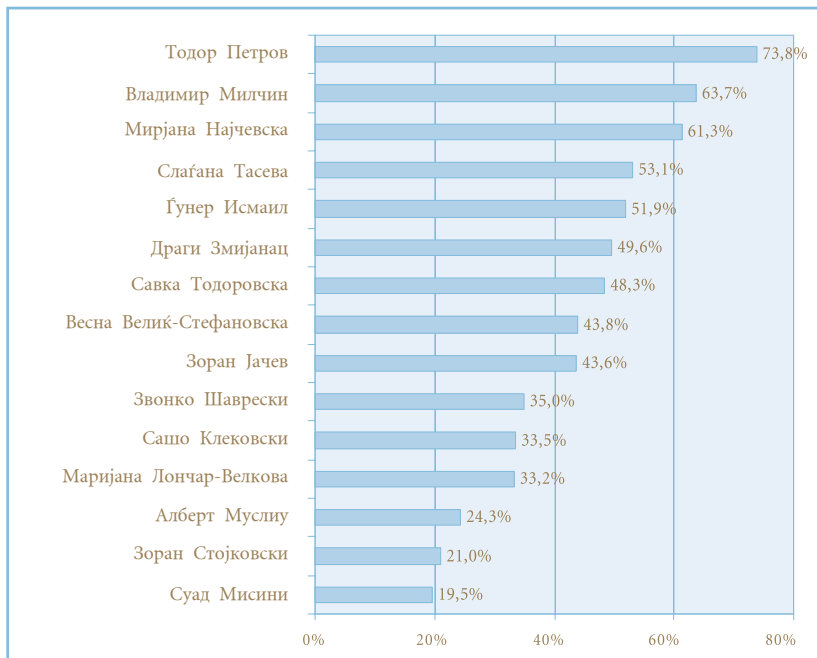
ПОЗНАВАЊЕ ЛИЧНОСТИ ОД ГРАЃАНСКИОТ СЕКТОР

Истражувањето на познавањето личности од граѓанскиот сектор е направено на принцип на препознавање од понудена листа од 15 личности заедно со нивни фотографии.

Препознавањето на овие 15 личности е различно.

Графикон IV.7.

Препознавање личности од граѓанскиот сектор



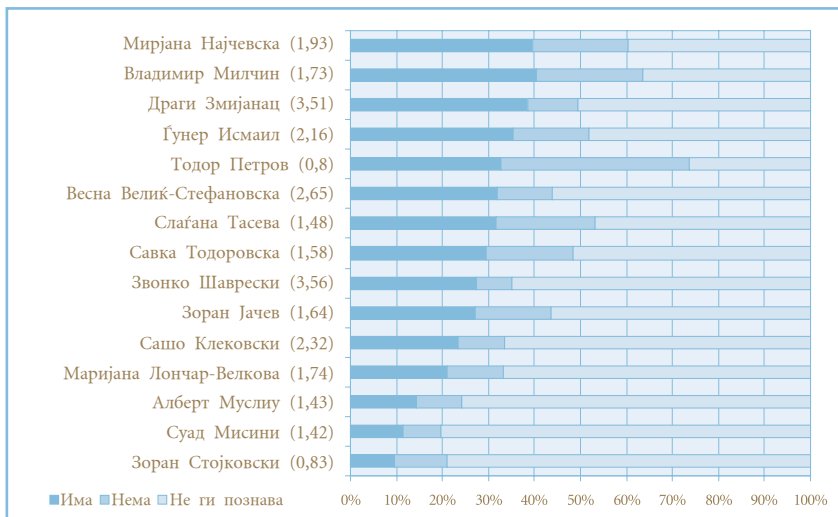
Малцинство од граѓаните знае за повеќето (2/3) од понудените личности. Една третина од личностите е препознаена од мнозинството испитаници.

Познавањето на личностите (лидерите) е поврзано со познавањето за организациите кои тие ги водат и за повеќето главно го следи истото.

Најдобро познавање има за личности кои се подолго активни во секторот. Можно е влијание врз препознавањето да има и почестото експонирање во јавноста и презентирање свои ставови.

Графикон IV.8.

Однос доверба спрема недоверба²



ЗАКЛУЧОЦИ

1. Добро општо познавање на граѓанските организации, но значително послабо познавање на нивната работа во конкретни области

Граѓаните во Македонија покажуваат добро општо познавање на граѓанските организации. Големо мнозинство (67,2%) од граѓаните знае да наведе конкретни граѓански организации.

Неповолни податоци се добиваат кога од општо познавање се оди кон истражување на специфичните познавања за тоа што работат граѓанските организации. Па, така, мнозинство од граѓаните (62,2%) не знаат да наведат ниту една граѓанска организација која работи на полето на сиромаштијата, а големо мнозинство не знаат да на-

² Во заградата по името на личноста е даден односот на доверба наспрема недоверба на граѓаните за соодветната личност

ведат ниту една организација која работи на полето на јакнење на граѓанското општество и на полето на борбата против корупцијата (70,9%, односно 75,7 %).

Ова укажува на тоа дека граѓанските организации не се доволно профилирани во јавноста бидејќи големо мнозинство од граѓаните (над 2/3) не се во можност да поврзат конкретни организации со активности во конкретни области.

2. Корелација на познавањето граѓански организации со социјалните показатели

Полот, етничката припадност и политичката определба не се во корелација со општото познавање на граѓанските организации, но другите социјални показатели: образование, работен статус и месечни примања, имаат влијание. Исто така, возраста, урбанизацијата и регионот се поврзани со познавањето на граѓанските организации.

Познавачите на граѓанското општество се припадници на средната класа, т.е. се подобро образовани, живеат во град, вработени се во јавниот сектор, имаат повисоки месечни примања и во просек се помлади.

3. Корелација на познавањето граѓански организации со профилот на организациите

Колку граѓаните на Македонија знаат одделни граѓански организации е поврзано и со профилот на организациите, и тоа пред сè со нивото на дејствување (локално/национално) и со секторот на дејствување. Граѓаните покажуваат подобро познавање на организации (и нивни лидери) кои работат на национално ниво и кои покриваат сектори и целни групи за кои граѓаните се поподготвени да даруваат (види VI - Добротворство).

Покрај тоа, можно е влијание да имаат и повеќе други фактори: нивото на активности на организациите, посебно пред и во периодот на истражувањето, времето на постоење и експонираноста во медиумите.

4. Јавноста има позитивно мислење за граѓанските организации

Позитивното мислење за граѓанските организации преовладува кај јавноста, а негативни мислења за одделни граѓански организации се јавуваат кај незначително малцинство (под 10%).

V. ОДГОВОРНОСТ ЗА ОПШТЕСТВЕНИТЕ ПРАШАЊА

ВОВЕД

Показател колку темата на добротворство е нова во Македонија е отсуството на општо прифатена терминологија (во САД во употреба се два термини: филантропија - човекољубие (philanthropy) и добротворни прилози (charity givings).

Во Македонија ваквото разграничување на двата поима не е јасно. Во овој извештај фокусот се добротворните прилози, но се истражувани и ставовите кон филантропијата и алтруизмот.

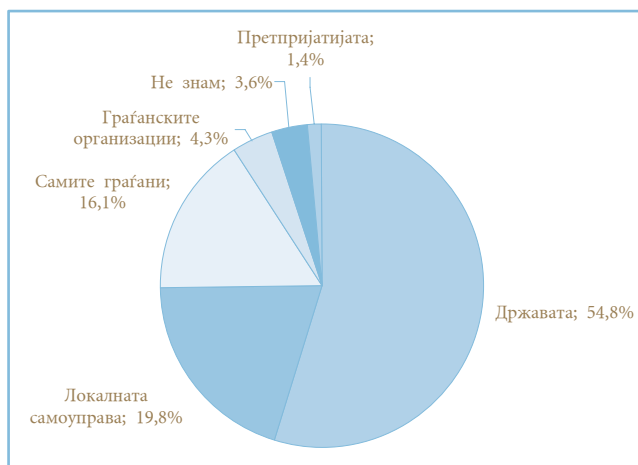
Понатамошен проблем е употребата на различни термини во македонскиот јазик како: добротворство, добротворство и добродетелство.

ОДГОВОРНОСТ ЗА ОПШТЕСТВЕНИТЕ ПРАШАЊА

Истражуван е ставот за алокација на одговорноста за решавање на општествените потреби меѓу државата, деловниот и граѓанскиот сектор.

Графикон V.1.

Кој е најодговорен за поддршка на граѓаните во решавањето на нивните општествени потреби?



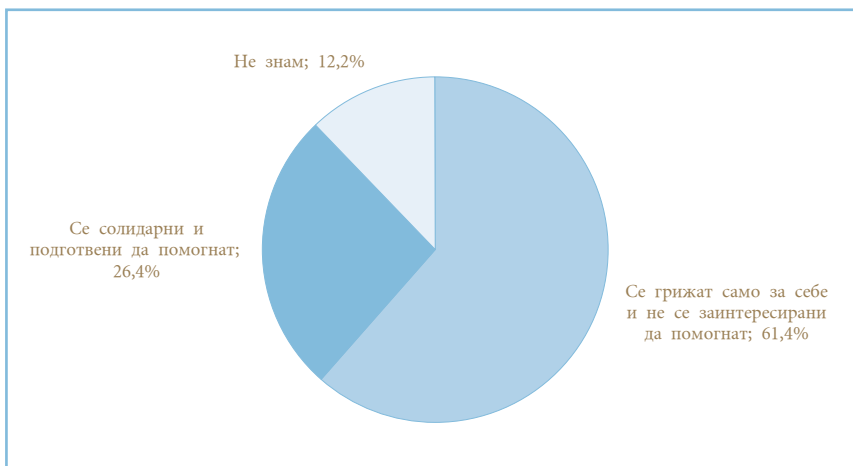
Највисоки очекувања се има кон државата (54,8%) и локалната самоуправа (19,8%), а пониски кон самите граѓани и граѓанските организации (граѓански сектор) или кон претпријатијата (деловен сектор).

Профилот на поддржувачи на одговорноста на различни актери е релативно хомоген и не покажува битни отстапки во ни една карактеристика, со исклучок на поголемите очекувања од државата во југозападниот (70,3%) и пелагонискиот регион (63,6%).

Ваквите ставови се во корелација со ниската верба во алтруизмот на другите.

Графикон V.2.

Став за алтруизмот (несебична поддршка) на луѓето

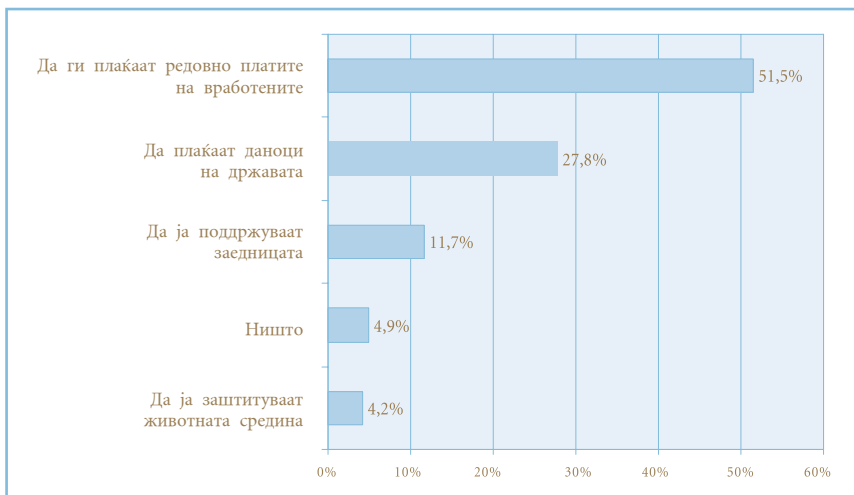


И во ставовите за алтруизмот на луѓето има висока хомогеност, со многу мали разлики. Во него повеќе веруваат етничките Албанци (38%) и граѓаните од североисточниот (46,30%) и полошкиот регион (38,70%), а помалку граѓаните со незавршено основно образование (15,8%), од југоисточниот (13,9%) и источниот регион (9,6%).

Во однос на одговорностите на деловниот сектор, нагласокот е ставен на односот кон вработените и државата, а потоа кон заедницата и животната средина.

Графикон V.3.

Деловните субјекти и претпријатијата имаат одговорност



Овие ставови се споделени меѓу различните групи. Сепак, повисоки очекувања за редовни плати имаат оние со незавршено основно образование (63,2%). Интересни се регионалните разлики – со високи очекувања за редовни плати во југоисточниот (62,5%) и источниот регион (73,7%), наспроти југозападниот (39,9%) и пелагонискиот (40,9%), каде во последниов има високи очекувања за поддршка на заедницата (22,2%).

НАЧИНИ НА РЕШАВАЊЕ НА ОПШТЕСТВЕНИТЕ ПОТРЕБИ

Граѓаните, со оглед на очекувањата од улогата на државата во решавање на општествените потреби, сметаат дека најмногу може да помогне зголемувањето на одговорноста на државата и на деловниот сектор.

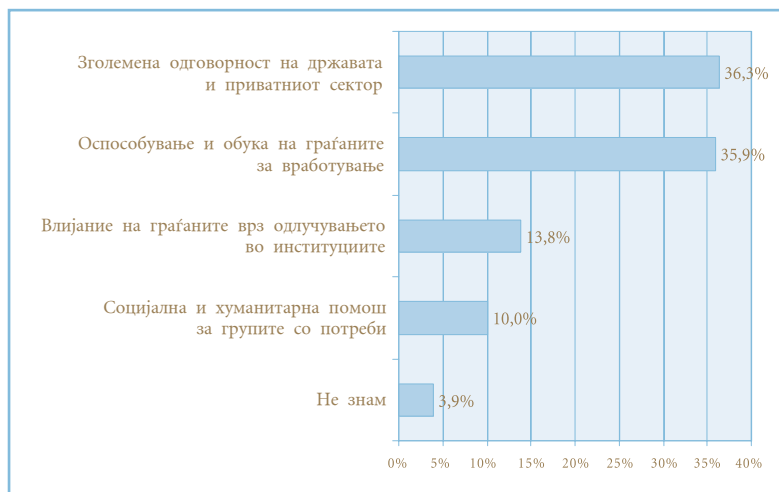
Образование и обука на граѓаните за вработување е начин на решавање на општествените потреби (пр. вработување), наспроти малите очекувања од социјалнохуманитарната помош.

Разлики во ставовите се јавуваат само во образовното ниво. Во социјално-хуманитарна помош веруваат оние со незавршено основно образование (23,7%). Оние со високо образование веруваат во зголемување на одговорноста на државата и на деловниот сектор (43,5%), наспроти оние со незавршено основно образование (21,1%) и основно образование (30,5%). Битно е дека во однос на оспособувањето и обука на граѓаните нема разлики меѓу различните образовни

структури, а во нив најмногу веруваат оние со примања над 12.000 МКД/член (49,4%).

Графикон V.4.

На задоволувањето на општествените потреби на граѓаните најмногу може да се помогне со:

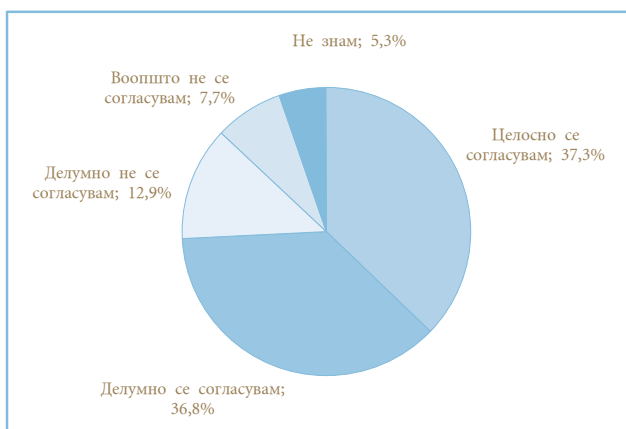


44

Овие ставови кон социјално-хуманитарната помош се поддржани и со одговорите на преференциите меѓу горенаведените опции.

Графикон V.5.

Со социјална и хуманитарна помош не се решава ништо, туку луѓето треба да се оспособат и да се воспитаат сами да ги решаваат проблемите.



Со овој став најмалку се согласуваат оние со незавршено основно образование (воопшто не се согласувам - 21,1%).

ЗАКЛУЧОЦИ

1. Државата најодговорна во решавањето на општествените потреби

Мнозинството граѓани (54,8%) сметаат дека државата е најодговорна за решавањето на општествените потреби и дека истите најдобро ќе се задоволат со зголемување на одговорноста на државата и на деловниот сектор (36,3%).

Високите очекувања кон државата, со пониски очекувања од самите граѓани и скоро отсуство на очекувања од деловниот сектор, оди во прилог на етатистичката култура, како остаток на државниот социјализам, односно мала јавна поддршка на устројување на Македонија како либерално-демократски (уставен) систем.

2. Висока перцепција на „себичноста“ кај другиот

Во солидарноста на граѓаните веруваат само 26,4%. Најмалку верба имаат оние со незавршено основно образование (15,8%), најверојатно како самоперципирани жртви на негрижата за другите.

3. Ниски очекувања за социјална одговорност на претпријатијата

Очекувањата кон деловниот сектор се ниски или скоро ги нема. Само 1,4% од граѓаните сметаат дека деловниот сектор е најодговорен за решавање на општествените потреби. Единствени перципирани одговорности на претпријатијата се редовни плати и данок (само 27,8%). Животната средина е последен приоритет со 4,2%, помалку и од оние што сметаат дека деловниот сектор нема никаква одговорност (4,9%). Ваквите ниски очекувања одат во прилог на отсуство на концептот на социјалната одговорност на претпријатијата.

И во Индексот на граѓанското општество (МЦМС, 2006), барањето одговорност од деловниот сектор беше подрачје без активности и влијание на граѓанските организации.

4. Социјалната и хуманитарната помош не се решение за проблемите, туку вработувањето

Дека социјалната и хуманитарната помош не се решение за проблемите, постои висока (целосна и делумна) согласност (74,1%). Со овој

став најмалку се согласуваат оние со незавршено основно образование, кои најверојатно се перципираат како група во потреба.

Во оспособување и обука на граѓаните за вработување веруваат 35,9%.

Ваквите ставови на јавноста може да бидат поддржувачки за поголемо внимание на развојот наспроти социјалната помош.

Од друга страна, во мотивите, целите и целните групи на добротвортвото може да се видат обратни заложби на граѓаните, односно сеуште е присутен социјалниот фокус.



VI. ДОБРОТВОРСТВО

ВОВЕД

Добар дел од граѓанските организации го сметаат добротворството за излез од сегашната ситуација предизвикана од заминувањето на голем број донатори од Македонија. Затоа МЦМС сакаше да ја провери фактичката состојба. Истражувањето покажува дали и колку граѓанските организации можат да сметаат на добротворството на граѓаните како на извор на средства за нивната работа во иднина.

СТАВОВИ ЗА ДОБРОТВОРСТВОТО

Семејството е институцијата каде што треба да се учи добротворството, сметаат мнозинството од испитаниците (50%).

Графикон VI.1.

Како и каде најмногу треба да се учи добротворството?



Неколку битни разлики кај испитаниците на ова прашање се појавуваат во зависност од нивниот степен на образование, нивниот работен статус и регионот од каде што доаѓаат. Така, оние со незавршено образование, формалното образование не го гледаат како место каде што треба да се учи добротворството, незначително малцинство од нив (5,3%) се изјасниле за овој одговор за разлика од 18,2% од оние кои завршиле вишо или високо образование. Граѓанските организации како места каде што треба да се учи добротворството ги гледаат 13,2% од испитаниците со незавршено основно образование за разлика од сите други испитаници кои се на скалата од 2,6% до 2,9%.

И вработените во граѓанските организации, разбирливо, ги гледаат граѓанските организации како места каде што треба да се учи добротворството. Овој став го потврдуваат 13,3%, за разлика од само 1,4% од вработените во јавниот сектор кои се изјасниле така. Добротворството не треба да се учи, сметаат 20% од вработените во граѓанските организации за разлика од пензионерите (6,8%) или вработените во јавниот сектор (7,7%).

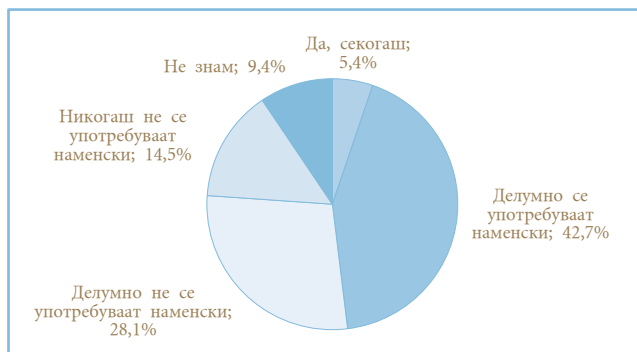
Испитаниците од североисточниот регион на Македонија најголема предност им даваат на семејството и на формалното образование, но сепак овие одговори значајно се разликуваат од главниот тек и од другите региони. Од нив, 36% сметаат дека во семејството треба да се учи добротворството за разлика од 50% колку што е просекот или за разлика од 58,1% од испитаниците од југозападниот регион. Поддршката на формалното образование му ја даде 26,5%, за разлика од просекот што изнесува 15% или за разлика од 9,3% од испитаниците од вардарскиот регион. Испитаниците, пак, од источниот регион, освен главните два одговори, најмногу го преферираат учењето преку кампањите на медиумите.

Дури 14,7% сметаат дека така треба да се учи добротворството, за разлика, на пример, од 2,2% од испитаниците од североисточниот регион.

Поделени се мислењата на испитаниците во врска со наменската употреба на добротворните прилози. Гледано според етничката припадност на испитаниците, поголем процент (15,9%) од Македонците се согласуваат со ставот дека добротворните прилози никогаш не се употребуваат наменски за разлика од етничките Албанци (8,6%).

Графикон VI.2.

Доброворните прилози коишто се собираат од граѓаните се употребуваат строго наменски



Во поглед на образовната структура на испитаниците, може да се забележи дека расте процентот на оние што сметаат дека делумно добротворните прилози се употребуваат наменски, почнувајќи

од 21,1% кај испитаниците со незавршено основно образование до 47% кај испитаниците со завршено вишо или високо образование. И обратно, се намалува процентот за ставот „никогаш не се употребуваат наменски“ од 28,9% кај испитаниците со незавршено основно образование до 11,2% кај испитаниците со завршено вишо или високо образование.

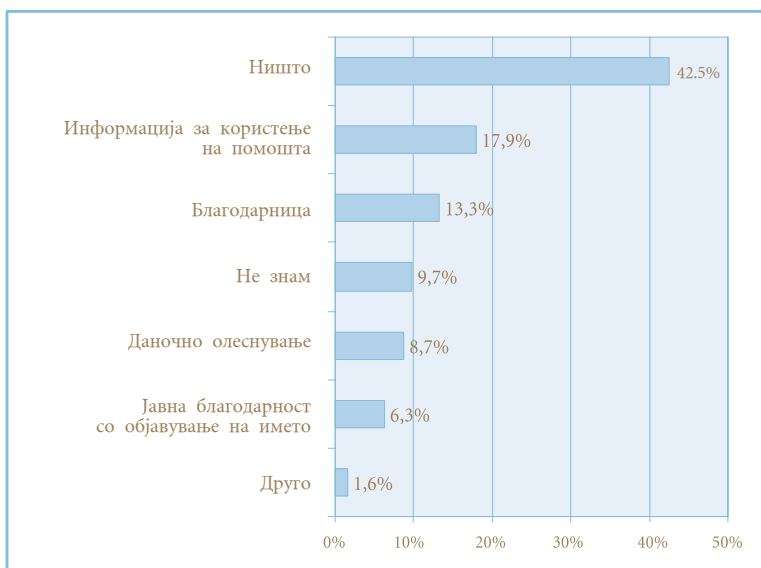
Во поглед на работниот статус на испитаниците, се забележува критички однос на вработените во граѓанските организации. Тие во најмал процент (20%) се согласуваат со ставот „делумно се употребуваат наменски“, наспроти 47,2% од вработените во јавниот сектор. Најголем процент (40%) од овие испитаници (вработени во граѓанскиот сектор) се согласиле со ставот „делумно се употребуваат ненаменски“, наспроти 22,8% од земјоделците или 25,2% од невработените. Исто е и кај ставот „никогаш не се употребуваат наменски“, за кој се изјасниле 26,7% од вработените во граѓанскиот сектор, за разлика од 7,5% од учениците или 9,4% од вработените во јавниот сектор.

Разлики можат да се забележат и во поглед на регионот од каде доаѓаат испитаниците. Најмалку уверени во наменската употреба се испитаниците од вардарскиот регион (29,9%), за разлика од испитаниците од пелагонискиот регион (59,8%). Во ненаменската употреба најуверени се испитаниците од вардарскиот регион (57%), за разлика од испитаниците од скопскиот регион (38,4%).

Нема мнозински одговор на прашањето „Што треба да добијат оние што даруваат?“ . Ништо, сметаат 42,5% од испитаниците, односно информација за користење на помошта сметаат 17,9% од испитаниците.

Графикон VI.3.

Оние кои даруваат, треба да добијат



Информациите за користење на помошта се најочекуваната реакција за 20,6% од вработените во јавниот сектор наспроти, на пример, 5,3% од земјоделците. Даночното олеснување е она што треба да го добијат оние што даруваат, сметаат 19,6% од испитаниците од полошкиот регион, за разлика од нив во пелагонискиот регион само 0,6% сметаат дека тоа е адекватна сатисфакција. Испитаниците од североисточниот регион најмалку се согласуваат со ставот дека дарителите не треба да добијат ништо, само 8,8% одговориле така, за разлика од оние од пелагонискиот регион каде 60,2% сметаат дека дарителите не треба да добијат ништо.

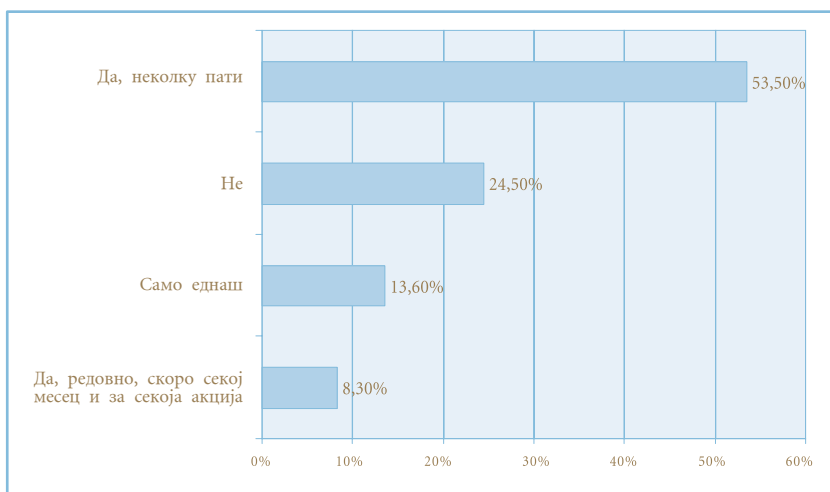
МОТИВАЦИЈА

Имајќи ги предвид разликите помеѓу декларативното и реалното, прашањето поставено во анкетата беше дали сте дарувале во последните 12 месеци.

Најмалку даруваат лицата над 65 години (56,3%), оние со незавршено основно или завршено основно образование, 42,1% односно 42,2%, пензионерите 43,2% и испитаниците од североисточниот регион (40,4%).

Графикон VI.4.

Дали сте дарувале (пари или добра) во последните 12 месеци?

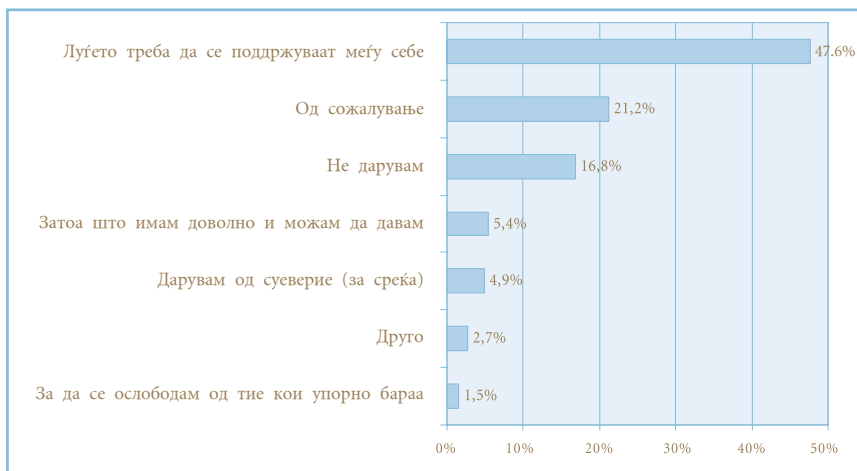


Висок е процентот на оние што кажале дека даруваат. Големо мнозинство од 83,2% од испитаниците даруваат од различни причини.

Луѓето над 65 години (17,2%) и оние со завршено основно образование (29,1%) најмалку веруваат во ставот дека луѓето треба меѓусебно да си помагаат, повеќе даруваат од сожалување (над 65 години, 31,3%, односно 29,1% со завршено основно образование). Испитаниците, пак, од пелагонискиот и од полошкиот регион најмногу веруваат во ставот дека луѓето треба да се поддржуваат меѓу себе, 58% односно 59,4%.

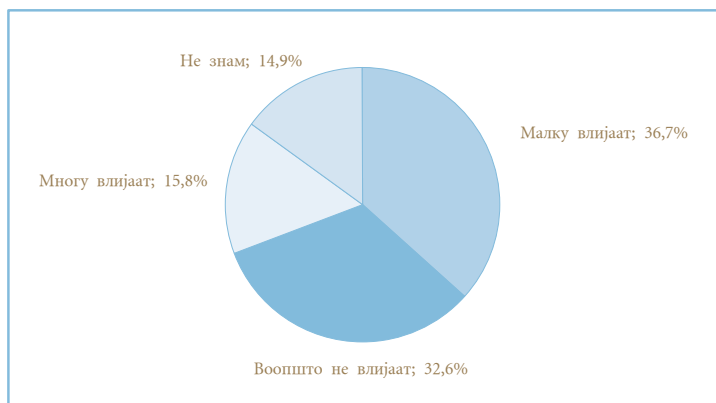
Интересно е дека мотивацијата на деловните луѓе за дарување е суеверното. Најголем број од учесниците во фокус-групата барем еднаш помислиле дека бизнисот ќе им тргне лошо ако не даруваат.

Графикон VI.5. Зошто дарувате?



Во добротворните активности често се појавуваат познати личности како амбасадори на добра волја. Ги прашавме испитаниците дали тие влијаат на нивната одлука да даруваат.

Графикон VI.6. Влијание на познатите личности врз одлуката за добротворство



Амбасадорите на добра волја најмалку влијаат на испитаниците од југозападниот регион, а најмногу на испитаниците од североисточниот регион.

Најдобри амбасадори на добра волја се уметниците (42,5%) и спортистите, (17,8%) сметаат испитаниците.

Графикон VI.7.

Кои професии се најдобри амбасадори на добра волја?



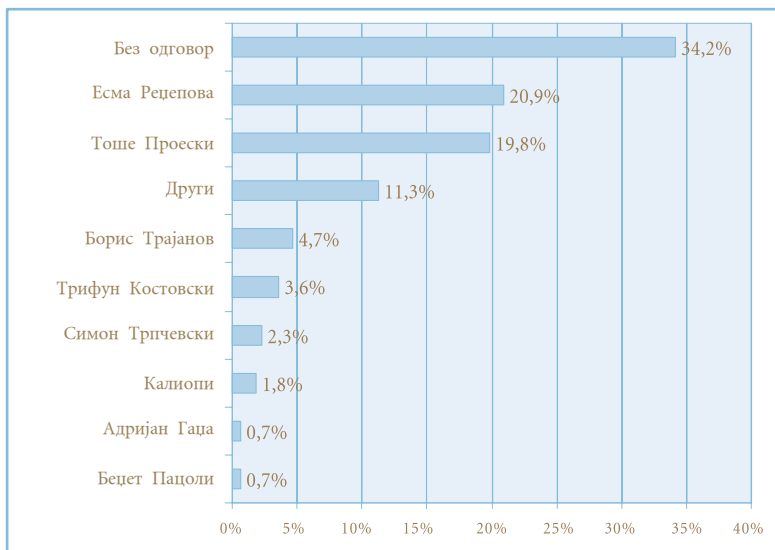
Уметниците за најдобри амбасадори на добрата волја ги сметаат 47% од Македонците, додека истото го мислат 25,8% од етничките Албанци. Етничките Албанци, пак, поголема предност им даваат на верските лица (19,2%), за разлика од Македонците (4,4%). И образованието игра значајна улога во определбата на професиите на амбасадорите на добра волја. Така, 21,1% од испитаниците со незавршено основно образование им даваат поддршка на верските лица како амбасадори на добра волја, наспроти само 7,5% од испитаниците со завршено вишо и високо образование.

Гледано според региони, за 65,9% од испитаниците од пелагонискиот регион уметниците се најдобрите амбасадори на добра волја, за 31,4% од испитаниците од источниот регион гледаат како на добри амбасадори на добра волја на спортистите.

Есма Реџепова како амбасадор на добра волја повеќе ја препознаваат Македонците (24%) отколку етничките Албанци (9,1%), исто како и Тоше Проески кого 25,5% од Македонците го сметаат за амбасадор на добра волја за разлика од 7,3% од етничките Албанци. Испитаниците од источниот регион (39,1%) исто така повеќе ја препознаваат Есма Реџепова како амбасадор на добра волја, додека оние од вардарскиот регион предноста му ја даваат на Тоше Проески (34,6%).

Графикон VI.8.

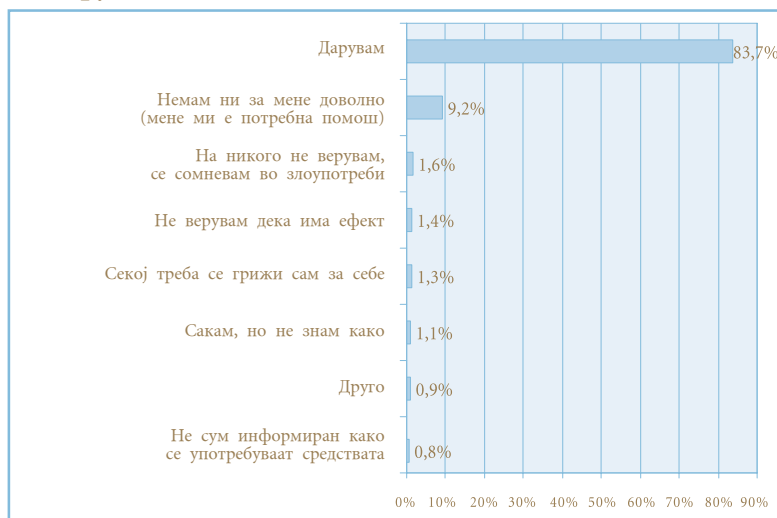
Именувајте еден амбасадор на добра волја во Македонија кој според Вас е најдобар



Сепак, немотивирани за дарување остануваат 16,3% од испитаниците. Одговорот „немам ни за мене доволно“ најчесто го давале лицата над 65 години (21,9%), испитаниците со незавршено или со завршено основно образование (31,6%, односно 23,6%) и оние со примања до 2.000 МКД (21,5%).

Графикон VI.9.

Зошто не дарувате?



Оние што дарувале во последните 12 месеци ги прашавме за која цел дарувале. Здравјето како цел испитаниците го рангирале највисоко.

Графикон VI.10.

Доколку сте дарувале во последните 12 месеци, за која цел било тоа?



Табела VI.1.

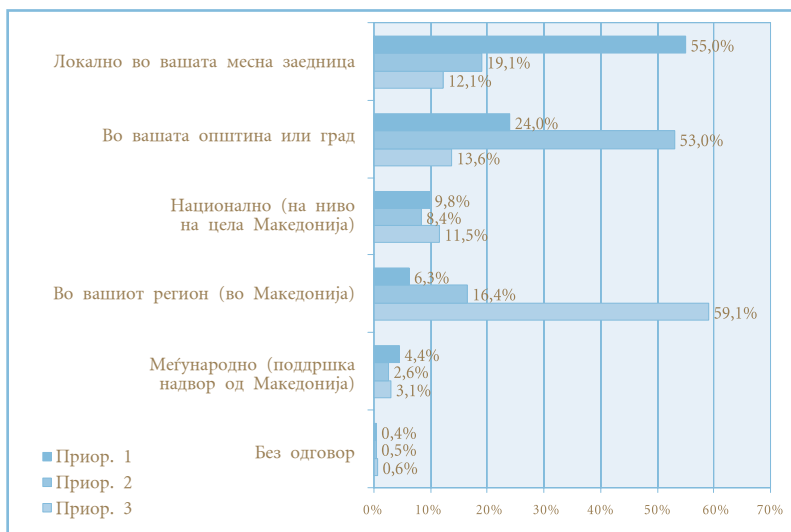
Доколку дарувате, кои цели (полиња) ви се приоритетни за дарување?

Здравје и здравство	%	16,6
Деца, млади и студенти	%	11,3
Лица со посебни потреби	%	13,5
Социјална грижа (хуманитарни)	%	9,4
Демократија, човекови права и владеење на правото, антикорупција	%	6,6
Верски заедници	%	4,9
Рурален развој	%	3,7
Стари лица	%	7,1
Образование и наука	%	6,2
Жени и родови прашања	%	3,4
Животна средина и природа	%	4,2
Ненасилство и толеранција	%	3,8
Етнички заедници	%	2
Развој на граѓанското општество	%	1,9
Спорт, хоби и рекреација	%	2,3
Култура и уметност	%	2,1
Родољубни	%	1

Гледајќи ги приоритетите на граѓаните, јасно видливо е дека прв приоритет им е дарувањето за здравје и здравство, потоа за лица со посебни потреби и деца итн.

Графикон VI.11.

Доколку дарувате, кое ниво ви е приоритетно за дарување?



Истражувањето покажува дека луѓето сакаат да даруваат онаму каде што живеат, во нивната најблиска околина, односно локално во нивната месна заедница. Оваа опција како прв приоритет ја избрало мнозинство од 55% од испитаниците. Географското оддалечување од местото на живеење значи и намалување на процентот на оние кои се изјасниле за таа опција, па така 24% го сметаат за свој прв приоритет дарувањето во општината или градот, а 9,8% како прв приоритет го имаат донирањето на национално ниво. Вториот приоритет е општината или градот во кој живеат испитаниците (53%), а третиот е регионот (59,1%).

ШТО И КОЛКУ ДАРУВААТ ГРАЃАНИТЕ

Мнозинството од оние што даруваат, односно 52,4%, даруваат пари. Испитаниците со незавршено образование повеќе даруваат во добра (36,8%) отколку во пари (18,4%). Помалку даруваат пари и оние со примања до 2.000 МКД (38,1) и испитаниците од североисточниот регион (29,4%).

Од оние што дарувале пари (52,3%), најмногу дарувале од 50 до 100 МКД (15,6%), односно од 10 до 50 МКД (14,2%).

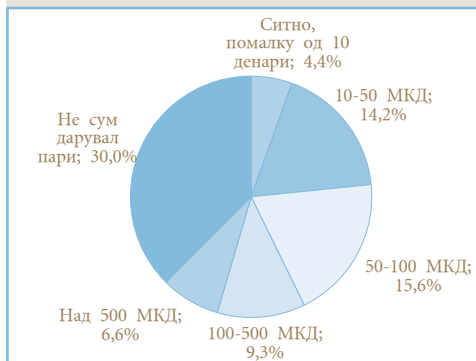
Графикон VI.12.

Кога дарувате, што најчесто дарувате?



Графикон VI.13.

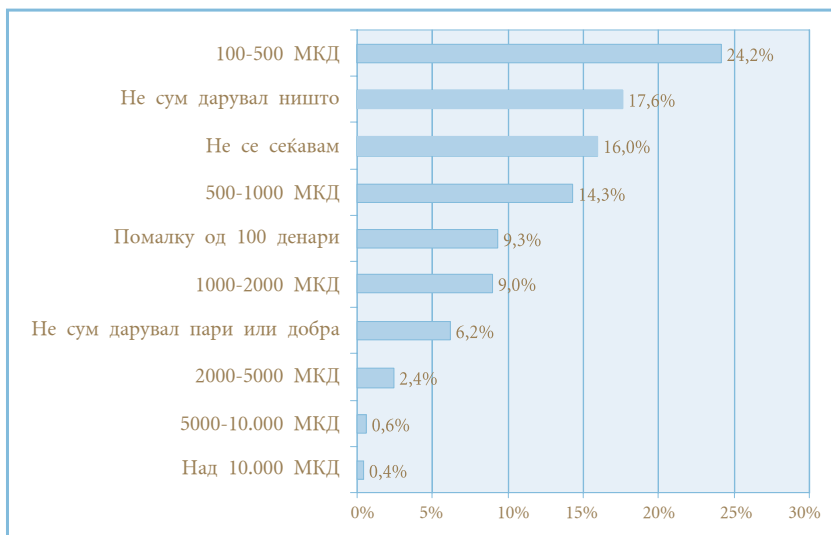
Ако сте дарувале пари, колку сте дарувале?



На прашањето колку вкупно сте дарувале во последните 12 месеци, испитаниците требаше да ги вреднуваат и добрата што ги дарувале.

Графикон VI.14.

Колку вкупно сте дале во добротворни прилози (пари или добра) во последните 12 месеци?



МЕХАНИЗМИ НА ДАРУВАЊЕ

(КАКО ДАРУВААТ ГРАЃАНИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА)

Механизмите на дарување можат да го олеснат или отежнат дарувањето. Затоа е важно каков механизам ќе се избере. Граѓаните најмногу сакаат да даруваат на рака, односно од куќа на куќа. Овој начин на дарување, како свој прв приоритет го избрале 34,5% од испитаниците. Најчест втор приоритет е дарувањето на жиро-сметка (со уплатница) и за него се одлучиле 20,6% од испитаниците, додека кај третиот приоритет повторно се појавуваат уплатниците (16,6%) но и теледонацијата, односно дарувањето преку телефон и СМС-пораки (16,3%).

Етничките Албанци повеќе сакаат да даруваат на рака, односно од куќа на куќа (47,6%), за разлика од Македонците (27,8%). Овој процент е поголем и кај испитаниците со незавршено основно (50%) или завршено основно образование (45,5%), за разлика од оние со завршено вишо или високо образование (28,7%). Повеќе сакаат да даруваат на рака и земјоделците (52,6%) и домаќинките (50,9%) и испитаниците од североисточниот регион (50%).

Вработените во граѓанскиот сектор повеќе сакаат да даруваат преку уплатница, односно на жиро-сметка (46,7%).

Табела VI.2.

Наведете како претпочитате да дарувате:

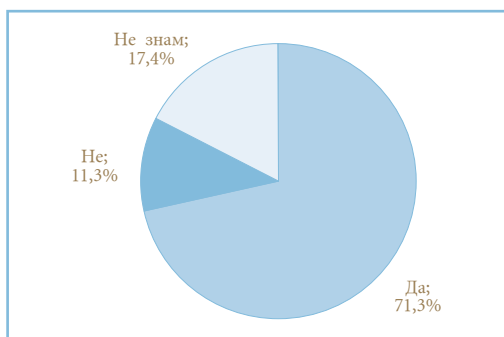
		1	2	3
Од куќа на куќа (на рака)	%	34,5	13,3	9,6
На жиро-сметка (со уплатница)	%	27,0	20,6	16,6
Со теледонација (СМС, телефон)	%	12,1	17,9	16,3
Во кутија за готовина	%	11,4	18,3	11,3
Со купување предмети (аукција, продавница)	%	4,9	7,7	10,2
Со купување услуги (концерти и сл.)	%	3,4	7,1	11,8
Со купување наменски (брендирани) предмети	%	2,3	6,0	10,5
Со кредитна картичка	%	1,7	5,2	5,6
Со купување лоз/среќка/бинго	%	1,6	1,9	6,2
Без одговор	%	1,1	2,0	2,0

Деловните луѓе сметаат дека треба да има организација или институција во којашто ќе можат да ја упатат својата помош тогаш кога ќе можат/сакаат тоа да го направат. Тие сметаат дека поради недостатокот на

ова, дел од добрата што би ги подариле понекогаш завршуваат таму каде што и не се најпотребни.

Графикон VI.15.

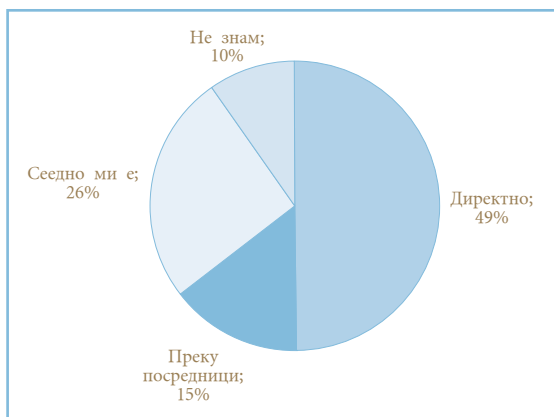
Согласност за воведување можност граѓаните да издвојат 1-2% од персоналниот данок и наместо на државата, да го наменат за добротворни цели.



Големо мнозинство од испитаниците (71,3%) сметаат дека во Македонија треба да се овозможи пренасочување 1-2% од персоналниот данок, па наместо на државата, тоа да се намени за добротворни цели, како еден од механизмите за дарување.

Графикон VI.16.

Дали претпочитате да дарувате директно или преку посредници?



Речиси половината од испитаниците сакаат да даруваат директно (49,8%). Испитаниците од североисточниот регион најмалку сакаат да даруваат преку посредници (3,7%) за разлика од оние од југозападниот регион (27%).

Иако повеќе од половината од испитаниците се изјасниле дека не претпочитаат посредници, сепак другата половина направила свои приоритети кај посредниците.

Графикон VI.17.

Наведете кому или преку кого претпочитате да дарувате:



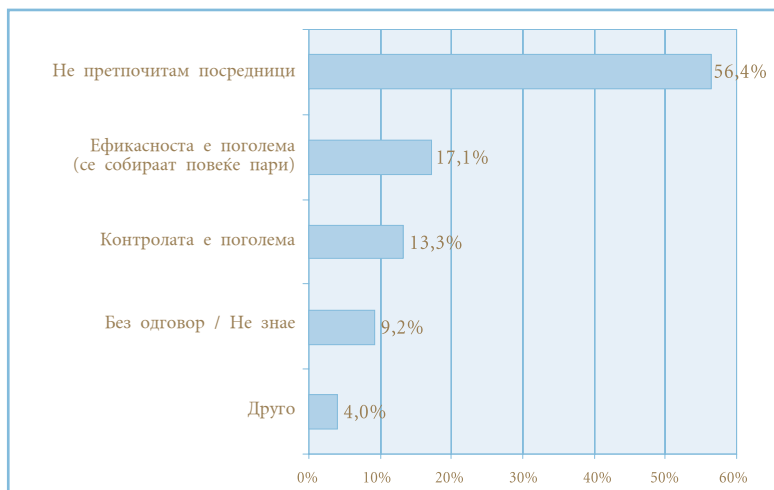
60

Иако е голем процентот на испитаниците кои не сакаат да даруваат преку посредници (56,4%), сепак вреди да се погледнат причините на другите кои би ги избрале посредниците за да даруваат.

Големо мнозинство (81,5%) од испитаниците сакаат директно да даруваат на корисникот.

Графикон VI.18.

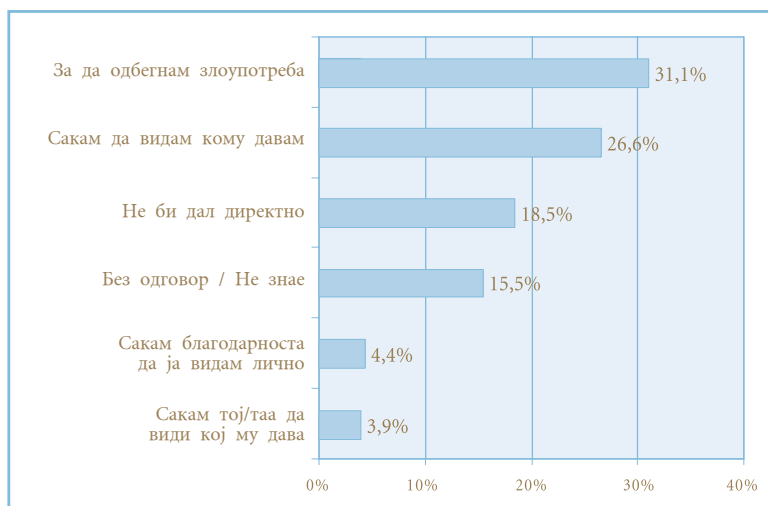
Зошто претпочитате да дарувате преку посредник?



Испитаниците со завршено вишо или високо образование покажуваат најголема недоверба кон посредниците, дури 40,9% од нив даруваат директно затоа што сакаат да одбегнат злоупотреба. За разлика од нив, испитаниците со незавршено основно образование и земјоделците најмалку се грижат за злоупотребата, 13,2% односно 12,3% од нив го одбрале тој одговор. Потребата да се биде сигурен е повисока и кај оние со примања над 12.000 МКД по член во домаќинството, односно 43,2% од нив сакаат со директното дарување да ја избегнат злоупотребата.

Графикон VI.19.

Доколку претпочитате да дарувате директно на корисникот, зошто е тоа така?



ИНФОРМИРАЊЕ ЗА ДОБРОТВОРНИТЕ АКЦИИ

Електронските медиуми се најефикасни во ширењето информации за добротворните акции, иако и директната комуникација/информирање не е занемарлива.

Електронските медиуми поголема продорност имаат кај Македонците, односно 43,4% од нив така ги дознаваат информациите за добротворните акции, за разлика од 18,2% етнички Албанци. Тие, пак, во многу поголем процент (25,8%) се информираат од пријателите и соседите, за разлика од 5,7% од Македонците. И образованието игра голема

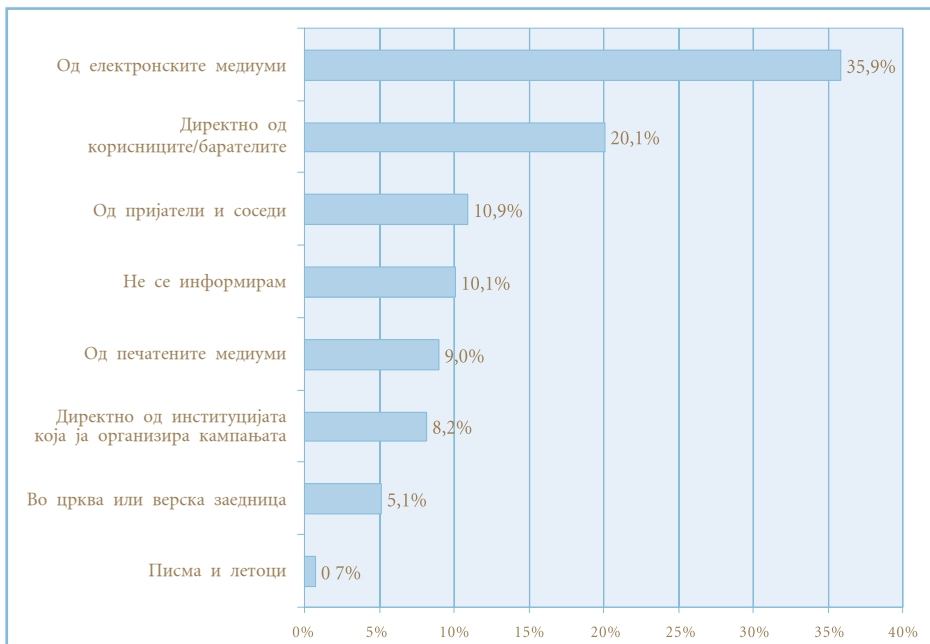
улога во начините на информирање. Оние со завршено вишо или високо образование многу повеќе се информираат од електронските медиуми (40,7%), за разлика од испитаниците кои имаат незавршено основно образование (23,7%). Исто така, бројот на оние што не се информираат е поголем кај оние со незавршено основно образование (21,1%) споредено со испитаниците кои завршиле вишо или високо образование (4,7%). Во селата, на пример, поефикасна е директната комуникација, таму директно од корисниците (21%) и преку пријатели и соседи (15,5%) се информираат 36,5% од испитаниците. Во Скопје, пак, тој процент изнесува 22,9%. Во Скопје 57,5% од испитаниците се информираат за добротворните акции преку медиумите, односно преку електронските 46,4% и преку печатените 11,1%.

Земјоделците најмалку се информираат за овие акции (36,8%), за разлика од вработените во јавниот сектор кои се најинформирани, само 3,1% од нив изјавиле дека не се информираат.

Ова е интересен резултат, посебно кога се има предвид основниот заклучок од фокус-групата што вклучи новинари. Во поглед на тоа дали медиумите доволно информираат за добротворните акции, тие сметаат дека при „покривањето“ на добротворните акции недостасува аналитичност со што се минимизира популаризацијата на концептот на добротворство.

Графикон VI.20.

Како најчесто се информирате за добротворните акции?



ЗАКЛУЧОЦИ

1. Малцинство од испитаниците (42,6%) сметаат дека средствата не се употребуваат наменски, а 17,9% очекуваат информација за употребата на помошта.

Сè уште е висок процентот на оние што сметаат дека средствата не се употребуваат наменски (14,5% се сосема сигурни во тоа, а 28,1%, делумно), додека 17,9% од испитаниците одговориле дека очекуваат информација за тоа како се користи помошта. Добротворството треба да се учи во семејството кое има главна улога во формирањето на една личност како хумана.

2. Даруваат многу луѓе, но нередовно. Најмногу даруваат за здравје и здравство, за деца и млади и за лица со посебни потреби.

Процентот на оние што даруваат е висок (83,2%). За споредба, резултатите од истражувањето за солидарноста на граѓаните направено во 2001 година покажуваат дека речиси 1/4 од граѓаните не даруваат. Ова покажува дека степенот на добротворство во однос на 2001 година е подобрен. За жал, и покрај големиот процент на оние што даруваат, сè уште е многу мал процентот на оние што редовно (месечно) го прават тоа (8,3%). Луѓето најмногу даруваат затоа што сметаат дека треба да се поддржуваат меѓу себе. Нивниот приоритет во дарувањето е здравјето и здравството (20,1%), потоа децата и младите (13,5%), па лицата со посебни потреби (13,5%) итн. Во последниве пет години малку се смениле приоритетите во поглед на тоа за што се дарува. Во 2001 година најголем број испитаници дарувале со цел да им помогнат на децата (19%), за помош на локалната црква или џамија дарувале 16%, односно за да им помогнат на болни и хендикепирани лица (15%).

3. Најчесто се даруваат пари. Вообичаената сума се движи од 10 до 100 денари.

Луѓето преферираат да даруваат пари (52,4%). Иако помал процент (38%), и во 2001 година тој бил најчесто избран одговор. За жал, волонтерската работа и тогаш (2%) и сега (6,2%) е на дното на листата. Кога даруваат пари, тоа се најчесто суми од 10 до 100 денари. Колку

За споредба, во 2001 година од 100 до 500 денари дарувале 13% од испитаниците, во 2006 година 9,3% од нив.

4. Граѓаните најмногу сакаат да даруваат директно и на рака.

Граѓаните најмногу сакаат да даруваат на рака, односно од врата на врата (34,5%), потоа со уплатница (27%) и со СМС. Дарувањето најмногу сакаат да го направат директно (49,8%), а не преку посредници (14,6%). Ова е во спротивност со ставот на 17,9% од испитаниците кои очекуваат да добијат информација за помошта. Бројот на оние што како посредник би избрале граѓанска организација е многу мал и сега (2,8%) и пред пет години (1%). Причините за директното дарување најчесто се образложуваат со одбегнување злоупотреба (31,1%) и желбата да се види кому му се дава помошта (26,6%).

5. Информациите за добротворните акции најефикасно се шират преку електронските медиуми.

И покрај мислењето на новинарите дека тие недоволно аналитички им приобаат на добротворните акции со што не придонесуваат кон популаризација на концептот на добротворство, граѓаните токму нив, или специфично електронските медиуми ги гледаат како најефикасни во ширењето на информациите за добротворните акции.

ПРИЛОГ 1. ПРАШАЛНИЦИ

Одговорите се изразени во проценти (%)

ДОВЕРБА

1. Дали може да кажете колку доверба имате во луѓето и во институциите?

	Голема доверба	Делумна доверба	Мала доверба	Никаква дов.
Луѓе	9,9	44,6	26,1	19,4
Семејство	77,9	16,4	4,0	1,6
Држава	4,2	25,0	28,4	42,4
Деловен (приватен бизнис) сектор	12,1	37,7	28,1	22,0
Граѓански (невладиниот) сектор	6,2	41,9	29,5	22,4
Политички партии	3,5	18,8	27,0	50,7
Медиуми	9,7	47,0	30,7	12,6
Меѓународна заедница	11,0	33,5	28,9	26,7

2. Дали може да кажете колку доверба имате во следните институции на државата?

Претседател	8,4	24,7	27,9	39,0
Влада	4,9	21,7	27,3	46,2
Собрание	3,2	25,1	30,4	41,3
Судство	3,2	20,6	27,5	48,7
Образовни институции	18,9	46,7	24,1	10,2
Јавни установи	7,8	41,8	33,4	17,1
Локална самоуправа	9,6	35,9	27,9	26,6

3. Дали може да кажете колку доверба имате во следните форми на деловниот (приватен сектор)?

Големи претпријатија	12,3	39,7	28,0	20,0
Мали и средни	11,3	45,9	28,6	14,2
Микро (семејни)	24,6	41,2	21,3	12,8

4. Дали може да кажете колку доверба имате во следните институции на граѓанскиот сектор?

Граѓански организации (НВО, здр. на граѓани, фондации)	7,7	42,6	31,5	18,2
Цркви и верски заедници	29,4	39,0	19,2	12,4
Синдикати	2,3	19,6	29,5	48,6
Стопански комори	3,2	26,7	34,2	35,8

СТАВОВИ ЗА ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО

5. Колку се согласувате со ставот дека граѓанските организации се организирани од страна на граѓаните со цел да се остварат интереси на граѓаните?

Сосема се согласувам	24,4
Делумно се согласувам	41,2
Делумно не се согласувам	13,2
Воопшто не се согласувам	10,2
Немам став	11,0

6. Колку се согласувате со ставот дека граѓанските организации служат само на интересите на странски држави и нивни фондации со чија помош се организираат и финансираат?

Сосема се согласувам	19,4
Делумно се согласувам	35,7
Делумно не се согласувам	18,9
Воопшто не се согласувам	11,0
Немам став	15,2

7. Колку се согласувате со ставот дека многу способни луѓе не се партиски организирани? Граѓанските организации овозможуваат нивното мислење и дејствување да допре до јавноста?

Сосема се согласувам	24,1
Делумно се согласувам	37,0
Делумно не се согласувам	15,2
Воопшто не се согласувам	11,3
Немам став	12,4

8. Колку се согласувате со ставот дека повеќето граѓански организации се средство со коешто вештите поединци доаѓаат до пари и влијание?

Сосема се согласувам	44,3
Делумно се согласувам	32,4
Делумно не се согласувам	10,6
Воопшто не се согласувам	2,9
Немам став	9,7

9. Политичките партии и нивните лидери:

Не водат сметка за ставовите на граѓанските организации	25,6
Ги присвојуваат кога имаат партиски интереси	52,2
Се кријат зад одредени граѓански организации	20,3
Без одговор	1,9

10. Наведете организации за коишто сметате дека се многу идеолошки (партиски) обоени:

Хелсиншки комитет за човекови права на РМ (ХКЧП)	10,5
Здружение на новинарите на Македонија (ЗНМ)	8,5

Сојуз на организациите на жените во РМ (СОЖМ)	6,0
Фондација Институт отворено општество-Македонија (ФИООМ)	5,9
Ел хилал	5,9
Транспарентност Македонија	5,7
Сојуз на здруженијата на пензионерите на Македонија	4,3
Македонски центар за меѓународна соработка (МЦМС)	2,9
Македонски црвен крст	2,7
Институт за трајни заедници / Центар за институционален развој (ЦИРа)	1,4
Прва детска амбасада во светот „Меѓаши“	1,3
Полио плус	0,4

ДОВЕРБА ВО ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО

11. Наведете до 3 граѓански организации кои ги познавате.

Мост	9,6
Сорос (ФИООМ)	6,5
Црвен крст	5,2
Ел хилал	3,9
Еколошки здруженија	3,9
СОЖМ	3,9
МЦМС	3,6
Хелсиншки комитет	2,1
Транспарентност Македонија	2,1
Сојуз на пензионерите	2,1
АДИ	1,1
Меѓаши	0,8
Други женски организации	0,7
Други	21,8
Без одговор	32,8

Наведете три организации во Македонија кои според Вашето мислење работат на:

12. Борба против сиромаштијата.

Црвен крст	9,4
Ел хилал	8,1
МЦМС	2,6
Меѓународни организации (ОН, УНХЦР, УНДП, ОБСЕ...)	1,9
Сорос (ФИООМ)	1,4
Мајка Тереза	0,4
Црвена полумесечина	0,2
Јета	0,1
Други	13,7
Без одговор	62,2

13. Јакнење на граѓанското општество.

Сорос (ФИООМ)	6,3
МЦМС	3,8
Хелсиншки комитет	2,9
Мост	2,6
Меѓународни организации (ОБСЕ, УСАИД, УНДП, ОН...)	1,6
Транспарентност	1,2
ЕСЕ	0,2
Антикорупциска комисија	0,1
Други	10,5
Без одговор	70,9

14. Наведете 3 организации во Македонија кои според вашето мислење работат на борба против корупцијата.

Антикорупциска комисија	9,1
Транспарентност Македонија	8,5
Други	3,9
Хелсиншки комитет	1,7
МОСТ	0,8
Сорос (ФИООМ)	0,4
Без одговор	75,7

15. Кои се вашите познавања и мислења за следните организации:

- 1) Никогаш не сум слушнал за таа организација
- 2) Сум слушнал, но не знам речиси ништо
- 3) Ја знам организацијата и имам многу негативно мислење
- 4) Ја знам организацијата и имам негативно мислење
- 5) Ја знам организацијата и имам позитивно мислење
- 6) Ја знам организацијата и имам многу позитивно мислење

	1	2	3	4	5	6
Фондација Институт отворено општество-Македонија (ФИООМ)	18,3	40,3	5,1	6,6	24,5	5,2
Македонски центар за меѓународна соработка (МЦМС)	39,8	37,3	1,7	2,2	14,9	4,1
Македонска развојна фондација за претпријатија (МРФП)	68,6	24,8	1,1	1,2	3,9	0,4

Хелсиншки комитет за човекови права на Република Македонија	13,7	35,4	6,3	8,6	30,2	5,7
Евро Балкан	65,8	25,3	1,7	1,6	4,9	0,8
Македонски црвен крст	2,9	17,7	3,9	5,5	57,7	12,3
Ел хилал	45,6	21,2	5,3	4,3	16,0	7,7
Движење на екологите на Македонија (ДЕМ)	19,9	37,6	1,9	2,5	33,0	5,1
Сојуз на студентите при Универзитетот Свети Кирил и Методиј (ССУКМ)	15,3	39,5	6,1	10,5	24,6	4,0
Асоцијација за демократски иницијативи (АДИ)	66,0	24,5	1,7	1,8	5,0	0,9
Сојуз на организации на жени во Република Македонија (СОЖМ)	17,5	37,6	3,3	5,1	31,3	5,2
Здружение за еманципација, солидарност и еднаквост (ЕСЕ)	61,8	25,4	1,4	1,3	9,2	0,9
Транспарентност Македонија	38,8	35,2	2,2	3,8	17,1	2,9
Институт за трајни заедници (ИТЗ)/Центар за институционален развој (ЦИРа)	77,5	16,2	0,7	1,4	3,5	0,6
ХДЗР „Месечина“	70,7	21,8	0,7	1,0	5,2	0,5
ПДАС „Меѓаша“	25,8	30,7	1,7	2,3	32	7,5
Полио плус	55,9	21,0	0,4	1,2	15,6	6,0
Заедница на единиците на локалната самоуправа (ЗЕЛС)	46,7	31,8	3,0	4,0	12,8	1,6
Сојуз на здруженија пензионери на Македонија	14,6	43,7	2,2	5,0	29,2	5,3
Организација на потрошувачи на Македонија	44	34,9	2,5	2,9	13,4	2,2
Заедница на инвалидски организации на Македонија	29,2	37,6	1,4	2,5	24,1	5,2
Центар за граѓанска иницијатива	84,6	11,6	0,3	0,6	2,6	0,4
Здружение на новинарите на Македонија (ЗНМ)	26,4	47,6	3,0	2,5	18,7	1,8

16. Колку доверба имате во следните личности од граѓанското општество? (на испитаниците им е дадена картичка со фотографии во боја, име и презиме, и името на организацијата на која припаѓаат наведените личности)

	Има голема доверба	Главно има доверба	Воглавно нема доверба	Нема никаква доверба	Не ја/го познава
Владимир Милчин	8,8	31,5	12,4	10,9	36,3
Савка Тодоровска	5,4	24,2	9,1	9,6	51,7
Суад Мисини	2,5	9,0	4,7	3,4	80,5
Маријана Лончар-Велкова	3,0	18,0	7,3	4,8	66,8
Звонко Шаврески	11,0	16,4	3,2	4,5	65,0

Драги Змијанац	12,5	26,1	4,5	6,5	50,4
Зоран Јачев	5,8	21,3	9,8	6,7	56,4
Слаѓана Тасева	8,4	23,3	11,2	10,2	46,9
Мирјана Најчевска	11,8	28,6	12,2	8,7	38,7
Сашо Клековски	4,9	18,5	5,1	5,0	66,5
Алберт Муслиу	4,5	9,8	6,1	3,9	75,7
Тодор Петров	8,7	24,0	18,0	23,1	26,2
Ѓунер Исмаил	6,5	29,0	9,0	7,4	48,1
Зоран Стојковски	2,2	7,3	5,1	6,3	79,0
Весна Велиќ-Стефановска	9,5	22,3	5,8	6,2	56,2

ДОБРОТВОРСТВО

1. Кој е најодговорен за поддршка на граѓаните во решавањето на нивните општествени потреби?

Државата	54,8
Локалната самоуправа	19,8
Самите граѓани	16,1
Граѓанските организации	4,3
Не знам	3,6
Претпријатијата	1,4

2. Повеќето луѓе се:

Грижат само за себе и не се заинтересирани да помогнат	61,4
Солидарни и подготвени да помогнат	26,4
Не знам	12,2

3. Деловните субјекти и претпријатијата имаат одговорност:

Да им ги даваат редовно платите на вработените	51,5
Да плаќаат даноци на државата	27,8
Да ја поддржуваат заедницата	11,7
Ништо	4,9
Да ја заштитиуваат животната средина	4,2

4. На решавањето на општествените потреби на граѓаните најмногу може да се помогне со:

Зголемена одговорност на државата и приватниот сектор	36,3
Оспособување и обука на граѓаните за вработување	35,9
Влијание на граѓаните врз одлучувањето во институциите	13,8
Социјална и хуманитарна помош за групите со потреби	10,0
Не знам	3,9

5. Со социјална и хуманитарна помош не се решава ништо, туку луѓето треба да се оспособат и воспитаат сами да ги решаваат проблемите.

Целосно се согласувам	37,3				
Делумно се согласувам	36,8				
Делумно не се согласувам	12,9				
Воопшто не се согласувам	7,7				
Не знам	5,3				

6. Како и каде најмногу треба да се учи добротворството?

Во семејството	50,0
Во формалното образование	15,7
Добротворството не треба да се учи	10,7
Преку кампања на медиумите	6,1
Преку воншколски активности во училиштата	6,0
Не знам	4,1
Во верските заедници	3,9
Во граѓански организации	2,9
Друго	0,6

7. Добротворните прилози коишто се собираат од граѓаните се употребуваат строго наменски:

Да, секогаш	5,4
Делумно се употребуваат наменски	42,7
Делумно не се употребуваат наменски	28,1
Никогаш не се употребуваат наменски	14,5
Не знам	9,4

8. Оние кои даруваат, треба да добијат:

Ништо	42,5
Информација за користење на помошта	17,9
Благодарница	13,3
Не знам	9,7
Даночно олеснување	8,7
Јавна благодарност со објавување на името	6,3
Друго	1,6

9. Дали сте дарувале (пари или добра) во последните 12 месеци?

Да, редовно, скоро секој месец и за секоја акција	8,3
Да, неколку пати	53,5
Само еднаш	13,6
Не	24,5

10. Зошто дарувате?

Луѓето треба да се поддржуваат меѓу себе	47,6
Од сожалување	21,2
Не дарувам	16,8
Затоа што имам доволно и можам да давам	5,4
Дарувам од суеверие (за среќа)	4,9
Друго	2,7
За да се ослободам од тие кои упорно бараа	1,5

11. Дали познатите личности кои се јавуваат во добротворни активности (амбасадорите на доброволја) влијаат на Вашата одлука за добротворство?

Малку влијаат	36,7
Воопшто не влијаат	32,6
Многу влијаат	15,8
Не знам	14,9

12. Кои професии се најдобри за амбасадори на добра волја?

Уметници	42,5
Спортисти	17,8
Верски лица	8,3
Деловни луѓе	7,4
Истакнати стопанственици и експерти	6,9

Активисти од граѓански организации	6,2
Научници и професори	5,4
Друго	2,6
Новинари	1,6
Политичари	1,4

13. Именувајте еден амбасадор на добра волја во Македонија кој според вас е најдобар.

Без одговор	34,2				
Есма Реџепова	20,9				
Тоше Проески	19,8				
Други	11,3				
Борис Трајанов	4,7				
Трифун Костовски	3,6				
Симон Трпчевски	2,3				
Калиопи	1,8				
Адријан Гаца	0,7				
Беџет Паџоли	0,7				

14. Зошто не дарувате?

Дарувам	83,7
Немам ни за мене доволно (мене ми е потребна помош)	9,2
На никого не верувам, се сомневам во злоупотреби	1,6
Не верувам дека има ефект	1,4
Секој треба се грижи сам за себе	1,3
Сакам, но не знам како	1,1
Друго	0,9
Не сум информиран како се употребуваат средствата	0,8

15. Доколку сте дарувале во последните 12 месеци, за која цел било тоа?

За лекување лица на кои им треба скапо лекување	24,8
Друго (10 ден. на улица)	23,7
Не сум дарувал	22,7
За неколку од наведените цели	13,5
Апел за помош на децата со малигни заболувања	5,7
Македонија за жртвите од цунами	4,4
Пријатели на детската болница	2,8
Помош за опожарените училишта	2,6

16. Доколку дарувате, кои цели (полиња) ви се приоритетни за дарувањето?

1 највисок приоритет-5 најмал приоритет	1	2	3	4	5
Здравје и здравство	20,1	16,1	13,7	9,2	6,8
Деца, млади и студенти	13,5	11,3	9,0	7,9	8,2
Лица со посебни потреби	13,5	14,5	12,6	9,3	6,2
Социјална грижа (хуманитарни)	11,7	7,3	9,1	10,5	11,4
Демократија, чов. права и владеење на правото, антикорупција	8,5	6,4	4,9	4,2	5,3
Верски заедници	6,7	5,1	3,0	3,9	4,4
Рурален развој	4,1	3,1	4,0	4,5	5,8
Стари лица	4,0	7,9	9,3	11,2	5,3
Образование и наука	3,4	6,7	8,6	10,5	8,1
Жени и родови прашања	2,6	4,5	3,1	3,2	4,0
Животна средина и природа	2,4	4,8	5,5	5,2	6,0
Ненасилство и толеранција	2,2	3,6	5,5	4,7	5,4
Етнички заедници	1,9	2,2	2,0	2,7	1,9
Развој на граѓанското општество	1,8	1,7	2,3	3,7	4,2
Спорт, хоби и рекреација	1,7	1,9	3,2	3,5	10,2
Култура и уметност	1,2	2,2	3,0	4,2	5,1
Родољубни	0,8	0,8	1,3	1,5	1,8

17. Доколку дарувате, кое ниво ви е приоритетно за дарување?

1 највисок приоритет-5 најмал приоритет	1	2	3	4	5
Локално во вашата месна заедница	55,0	19,1	12,1	7,9	5,5
Во вашата општина или град	24,0	53,0	13,6	6,5	2,3
Национално (на ниво на цела Македонија)	9,8	8,4	11,5	63,8	5,7
Во вашиот регион (во Македонија)	6,3	16,4	59,1	13,3	4,3
Меѓународно (поддршка надвор од Македонија)	4,4	2,6	3,1	7,7	81,2
Без одговор	0,4	0,5	0,6	0,7	0,9

18. Кога дарувате, што најчесто давате?

Пари	52,4
Добра (храна, облека)	23,9
Во добротворна работа (нега, грижа за стари, знаење и сл.)	6,2
Не сум дарувал	17,6

19. Ако сте дарувале пари, колку сте дарувале?

Ситно, помалку од 10 денари	4,4
10 – 50 МКД	14,2
50 – 100 МКД	15,6
100 – 500 МКД	9,3
Над 500 МКД	6,6
Не сум дарувал пари	30
Не се сеќавам	2,2
Не сум дарувал ништо	17,6

20. Колку вкупно сте дале во добротворни прилози (пари или добра) во последните 12 месеци?

100 – 500 денари	24,2
Не сум дарувал ништо	17,6
Не се сеќавам	16
500 – 1.000 денари	14,3
Помалку од 100 денари	9,3
1.000 – 2.000 денари	9
Не сум дарувал пари или добра	6,2
2.000 – 5.000 денари	2,4
5.000 – 10.000 денари	0,6
Над 10.000 денари	0,4

21. Наведете како претпочитате да дарувате. Наведете ги вашите приоритети од 1 до 3, каде 1 е највисок: приоритет.

	1	2	3
Од куќа на куќа (на рака)	34,5	13,3	9,6
На жиро-сметка (со уплатница)	27	20,6	16,6
Со теледонација (СМС, телефон)	12,1	17,9	16,3
Во кутија за готовина	11,4	18,3	11,3
Со купување предмети (аукција, продавница)	4,9	7,7	10,2
Со купување услуги (концерти и сл.)	3,4	7,1	11,8
Со купување наменски (брендирани) предмети	2,3	6	10,5
Со кредитна картичка	1,7	5,2	5,6
Со купување лоз/среќка/бинго	1,6	1,9	6,2
Без одговор	1,1	2	2

22. Во некои европски земји, граѓаните можат да издвојат 1-2% од персоналниот данок и наместо на државата, да го наменат за добротворни цели. Дали во Македонија треба да се воведат таква можност?

Да	71,3
Не	11,3
Не знам	17,4

23. Дали претпочитате да дарувате директно или преку посредници?

Директно	49,8
Преку посредници	14,6
Седно ми е	26
Не знам	9,7

24. Наведете кому или преку кого претпочитате да дарувате.

1 највисок приоритет-3 најмал приоритет	1	2	3
Не претпочитам посредници	53	53,4	53,3
Македонски црвен крст и Црвена полумесечина	12,6	9,2	5
Црква и верска заедница	9,9	6	6,2
Без одговор	9,7	9,7	9,7
Месна заедница или општина	4,6	5,4	6,4
Јавна установа (болница, училиште)	4,4	6,5	8,8
Граѓанска организација	2,8	5,2	6,5
Меѓународна организација	2,6	4,5	3,2
Друго	0,5	0,2	0,9

25. Зошто претпочитате да дарувате преку посредник?

Не претпочитам посредници	56,4
Ефикасноста е поголема (се собираат повеќе пари)	17,1
Контролата е поголема	13,3
Без одговор / не знае	9,2
Друго	4,0

26. Доколку претпочитате да дарувате директно на корисникот, зошто е тоа така?

За да одбегнам злоупотреба	31,1
Сакам да видам кому давам	26,6
Не би дал директно	18,5

Без одговор / не знае	15,5
Сакам благодарноста да ја видам лично	4,4
Сакам тој да види кој му дава	3,9

27. Како најчесто се информирате за добротворните акции?

Од електронските медиум	35,9
Директно од корисниците/барателите	20,1
Од пријатели и соседи	10,9
Не се информирам	10,1
Од печатените медиуми	9,0
Директно од институцијата којашто ја организира кампањата	8,2
Во црква или верска заедница	5,1
Писма и летоци	0,7

ПРИЛОГ 2. СТРУКТУРА НА ПРИМЕРОК

Одговорите се изразени во проценти (%)

ПОЛ	
Машки	50,5
Женски	49,5
ВОЗРАСТ	
18-25 год.	13,9
26-30 год.	17,1
31-40 год.	24,6
41-50 год.	22,6
50-65 год.	16,2
Над 65 год.	5,7
ЕТНИЧКА ПРИПАДНОСТ	
Македонец	64,3
Албанец	24,4
Турчин	4,5
Ром	2,6
Србин	1,7
Влав	0,5
Друго	2,1
ОБРАЗОВАНИЕ	
Незавршено основно	1,9
Основно	14,4
Средно	56,9
Вишо/високо	26,8
МЕСТО НА ЖИВЕЕЊЕ	
Село	40,3
Град до 15.000 жители	6,8
Град од 15.000 до 50.000 жители	14,6
Град над 50.000 жители	17,1
Скопје	21,2

РАБОТЕН СТАТУС

Вработен во јавен сектор	18,7
Вработен во приватен сектор	27,8
Вработен во граѓански сектор (НВО)	1,1
Земјоделец	3,0
Домаќинка	6,2
Пензионер	9,3
Ученик, студент	7,3
Невработен	26,4

МЕСЕЧНИ ПРИМАЊА ПО ЧЛЕН НА ДОМАЌИНСТВО

до 2000 ден.	22,0
2.001 - 4.000 ден.	27,1
4.001 - 6.000 ден.	24,0
6.001 - 9.000 ден.	13,6
9.001 - 12.000 ден.	6,5
Над 12.000 ден.	5,8
Без одговор	1,1

КОЈА ПОЛИТИЧКА ПАРТИЈА ЈА ЧУВСТВУВАТЕ КАКО СВОЈА?

СДСМ	12,1
ВМРО-ДПМНЕ	14,6
ВМРО-НП	2,8
ДУИ	7,1
ДПА	7,0
ПДП	1,5
НСДП (Тито Петковски)	3,0
ДОМ (Лилјана Поповска)	1,7
Друга	9,0
Ниедна	41,3

РЕГИОН

Југоисточен	9,0
Источен	9,7
Североисточен	8,5
Вардарски	6,6
Југозападен	8,7
Скопски	29,7
Пелагониски	11,0
Полошки	16,9



ISBN 9989-102-32-5