



Zaklada za poticanje partnerstva i
razvoja civilnog društva
Riva 8, Pula
tel:+385(52)212938, Fax:+385(52)351511
e-mail: zaklada@civilnodrustvo-istra.hr
www.civilnodrustvo-istra.hr

POVODOM MEĐUNARODNOG DANA KORPORATIVNE FILANTROPIJE

Posljednjeg ponedjeljka u veljači obilježava se međunarodni dan korporativne filantropije. Obilježavanje ovog dana pokrenuo je 2004. godine američki forum Committee Encouraging Corporate Philanthropy (CECP), koji danas okuplja preko 180 direktora poznatih tvrtki. Tvrtke obilježavaju ovaj dan najavljujući nove programe, objavljujući izvješća o ispunjenim ciljevima, odavanjem priznanja za predanost i rad zaposlenika te drugim sličnim aktivnostima.

Hrvatska se na tom tragu može pohvaliti uspostavljanjem Nacionalne mreže za promicanje društveno odgovornog poduzetništva, kojom upravlja Hrvatska gospodarska komora, a koja raspravlja i predlaže aktivnosti u cilju promocije i popularizacije društveno osjetljivog poduzetništva te provodi Indeks DOP-a, kojim se teži isticanju hrvatskih poduzeća koja razumiju i na pravi način implementiraju društveno odgovorno poslovanje te služe kao primjer dobre prakse.

Djelovanje Zaklade u duhu filantropije

Zaklada za poticanje partnerstva i razvoj civilnog društva u cilju promicanja filantropije u širem smislu od 2015. godine provodi projekt „Filantropija – oslonac održivih zajednica“ financiranog iz programa IPA 2012 *Poticanje inovativnih oblika filantropije u lokalnim zajednicama za potporu održivosti organizacija civilnoga društva*. Uz partnere, udrugu SMART (Rijeka), Grad Umag, CGI Poreč, Otvoreno učilište Buje, Grad Rijeku te Primorsko-goransku županiju, kroz ovaj projekt Zaklada se usmjerava na poticanje inovativnih oblika filantropije, u krajnjem cilju održivosti organizacija civilnog društva te individualne i korporativne filantropije. Edukacijama, promotivnim kampanjama, okruglim stolovima te programima mentorstva kroz ovu se inicijativu teži raširiti ovu temu unutar Republike Hrvatske u odabranim županijama i nastaviti viziju ranijeg projekta Zaklade, Filantropskog fonda.

Osim toga, Zaklada ove godine povodi i novi projekt uspostavljanja Filantropskog fonda pod nazivom "Zajedno za zajednicu", financiranog od strane Nacionalne zaklade za razvoj civilnog društva, u suradnji sa Zakladom "Kajo Dadić" iz Splita. Cilj ovoga projekta je potaknuti turističke tvrtke da jedan dio svojih prihoda uplate u Filantropski fond i na taj način daju svoj doprinos razvoju lokalne zajednice. Zamisao je da na svaku kunu koja bude dodijeljena putem natječaja organizacijama civilnog društva, turističke tvrtke nadodaju još jednu kunu. Sredstvima ovoga Fonda financirat će se projekti koji rješavaju probleme u lokalnoj zajednici koje jedinice lokalne samouprave ne mogu ili ne stižu riješiti, a čiji će učinak osjetiti i turističke tvrtke i zajednica u cjelini (pristup za osobe s invaliditetom, uređenje okoliša...).

Od filantropije do odgovornosti



Projekt provodi
Zaklada za
poticanje
partnerstva
i razvoja
civilnog društva



Ovaj projekt sufinancira Europska unija i
Ured za udruge Vlade RH

Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Zaklade za poticanje partnerstva i razvoja civilnog društva i ni na koji se način ne može se smatrati službenim stavom Europske unije niti Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske.





Zaklada za poticanje partnerstva i
razvoja civilnog društva
Riva 8, Pula
tel:+385(52)212938, Fax:+385(52)351511
e-mail: zaklada@civilnodrustvo-istra.hr
www.civilnodrustvo-istra.hr

U paleti tema odgovornosti prema zajednici nameće se nekoliko pojmova čija se značenja preklapaju i često se i u diskursu miješaju, međutim korisno ih je razlikovati. Spominje se filantropija, društveno odgovorno poduzetništvo ili poslovanje, društveno poduzetništvo te korporativna filantropija. Što svi ti pojmovi znače i zašto se često miješaju?

Filantropija, iako se često upotrebljava u smislu *aktivnosti*, zapravo se odnosi na *načelo* prema kojem se djeluje. U tom smislu filantropija je načelo čovjekoljublja, dobrotvornosti i dobrohotnosti. Razlog čestog upotrebljavanja ove riječi u smislu *aktivnosti* vjerojatno se krije u činjenici da je ovo načelo, bez aktivnosti kojoj služi kao osnovni princip, samo ideja. Treba o njoj govoriti u skladu s praksom, odnosno iskazuje se upravo djelovanjem. Cilj filantropskom djelovanja jest dobro drugoga ili mnogih, neovisno o vlastitom uspjehu ili koristi.

Načelo filantropije sve se više promovira u ekonomiji i poslovnom svijetu te se uz rast korporacija pojavilo kao svojevrsna kontrola odgovornosti koje takva akumulacija profita zahtjeva. U tom smislu nastaje pojam **društveno odgovornog poduzetništva**, odnosno koncepta poslovanja u kojem poduzeće dobrovoljno i bez zakonske ili druge prisile nastoji uskladiti svoje poslovanje s potrebama u društvu i to u najširem mogućem smislu - od svoga proizvoda, načina na koji ga proizvodi, resurse koje upotrebljava, način nabave i prodaje, utjecaja na okoliš, radnim uvjetima pa sve do ulaganja u društvenu zajednicu i brige o vlastitom utjecaju na nju. Na taj način odgovorno poslovanje uspostavlja ravnotežu između svog angažmana u društvu i vlastitih ekonomskih ciljeva.

Razlikujemo ga od **društvenog poduzetništva**, koje se definira kao primarno usmjereno na ispunjavanje društvenih ciljeva, odnosno razlog njegova nastajanja je prije svega jačanje neke društvene vrijednosti ili rješavanje problema, a ne privatna vrijednosti ili profit. Društveno poduzetništvo karakterizira sustav sudioničkog upravljanja (participativno upravljanje) i težnja inovativnim i alternativnim rješenjima te obavezan društveni utjecaj ili promjena.

Dakle, potenciranje filantropskog načela u poslovanju dio je koncepta društveno odgovornog poduzetništva, a u tom kontekstu nazvano je **korporativna filantropija**. Primjenjujući ju tvrtke mogu jasno pokazati javnosti svoje vrijednosti i uvjerenja, ali i zaposlenima, partnerima te klijentima. Dajući podršku društvu, bilo u novčanim sredstvima, proizvodima ili uslugama, tvrtke pokazuju kako razumiju potrebe šire zajednice. Ovdje je dobro napraviti razgraničenje i od pojma *spozorstva*, koje ne označava pružanje neke usluge, već razmjenu usluge, zamjenu za novac ili neki drugi resurs, a i uređuje se poslovnim ugovorom. Davanje u smislu korporativne filantropije zadovoljstvo nalazi tek u pozitivnoj društvenoj promijeni ili podršci nekoj društvenoj vrijednosti.

Govorimo o različitim načinima davanja. Tvrtka može:



Projekt provodi
Zaklada za
poticanje
partnerstva
i razvoja
civilnog društva



Ovaj projekt sufinancira Europska unija i
Ured za udruge Vlade RH



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE
Ured za udruge

Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Zaklade za poticanje partnerstva i razvoja civilnog društva i ni na koji se način ne može se smatrati službenim stavom Europske unije niti Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske.



Grad Umag
Città di Umago





Zaklada za poticanje partnerstva i
razvoja civilnog društva
Riva 8, Pula
tel:+385(52)212938, Fax:+385(52)351511
e-mail: zaklada@civilnodrustvo-istra.hr
www.civilnodrustvo-istra.hr

- izravno odgovarati na zahtjeve koje dobija - može dati donaciju, uslugu ili proizvod i rješavati zahtjeve redom zaprimanja odlučujući koje će odobriti, prilikom čega se javlja pitanje uspješne raspodjele sredstava i kvalitete programa ili organizacija koji se namjeravaju financirati;
- osmisлити i razraditi plan davanja putem javnih natječaja i na temelju određenih kriterija - strateški odlučivati o prioritetima i kriterijima u skladu sa svojim vrijednostima i željenim društvenim utjecajem, što uključuje i operativni trošak koji prati proces dodjeljivanja od prikupljanja prijave do sklapanja ugovora i daljnjeg praćenja rezultata;
- osnovati vlastitu zakladu čiji zaposlenici upravljaju dodijeljenom imovinom - ovo je jedan od najučinkovitijih načina davanja sredstava, ukoliko se radi o velikim tvrtkama i znatnim sredstvima koja se izdvajaju za davanje. Tvrtka time strateški osmišljava čime će se zaklada baviti i formira trajnu strukturu kontrole svojih davanja i realnog društvenog utjecaja;
- odabrati organizacije koje se bave društvenim temama ili problemima i čije su vrijednosti u skladu s tvrtkinima te ih kroz partnerski ugovor financirati ili pomagati njihovo djelovanje - na ovaj način tvrtka kontrolira svoja sredstva dajući ih organizaciji čije su vrijednosti u skladu s tvrtkinima i time osigurava zadovoljavajući način utrošenih sredstava, bez da to zahtjeva dodatni angažman ili troškove;
- surađivati s partnerskom zakladom na konkretnom projektu i na taj način davati svoje usluge ili sredstva, uplaćujući u fondove ili dajući imovinu na raspolaganje - na ovaj način tvrtka zapravo zapošljava stručnu pomoć da raspodijeli sredstva, a dodatni angažman koji podrazumijeva jest kontrola koriste li se sredstva u dogovorene svrhe.

Iako korporativna filantropija najčešće označava doniranje novčanih sredstava, može se raditi i o doniranju vlastitog proizvoda bez naknade, davanju prostora ili neke druge imovine na korištenje (primjerice alata ili strojeva), davanju vlastitih usluga (primjerice osiguravanje pomoći stručnjaka iz redova vlastitih zaposlenika ili formiranje volonterskih grupa među zaposlenima) ili pak organizaciju dobrotvorne aktivnosti. Takve aktivnosti nazivaju se još korporativnim volontiranjem.

Pozitivni feedback

U principu, korporativna filantropija podrazumijeva davanje bez očekivanja koristi, no zakon akcije i reakcije primjenjiv je i u ovom slučaju. Iako to ne čini očekujući nešto, tvrtka također u ovoj situaciji biva *nagrađena*. Prije svega, tvrtke na taj način nedvojbeno dobivaju određenu vrstu *brendiranja*. Želi li se tvrtka na simboličkoj razini povezati s vrijednostima svojih korisnika ili potrošača, na ovaj način sebe i samim time svoj proizvod u javnosti veže uz aktivnosti koje potiču željenu vrijednost. Čini li to strateški i dugotrajno, ta simbolička veza postaje dio tvrtkina identiteta. Osobne preporuke i društvene mreže danas su ključni marketinški akumulatori, a zadovoljni potrošači u tom smislu znače besplatni publicitet.



Projekt provodi
Zaklada za
poticanje
partnerstva
i razvoja
civilnog društva



Ovaj projekt sufinancira Europska unija i
Ured za udruge Vlade RH



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE
Ured za udruge

Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Zaklade za poticanje partnerstva i razvoja civilnog društva i ni na koji se način ne može se smatrati službenim stavom Europske unije niti Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske.



Grad Umago
Città di Umago





Zaklada za poticanje partnerstva i
razvoja civilnog društva
Riva 8, Pula
tel:+385(52)212938, Fax:+385(52)351511
e-mail: zaklada@civilnodrustvo-istra.hr
www.civilnodrustvo-istra.hr

S druge strane, da bi donirala sredstva, tvrtka mora učiniti nekoliko koraka koji zahtijevaju komunikaciju i stvaranje partnerstva s društvenim dionicima koji izlaze iz okvira *potrošač* ili *suradnik*, i stvara se mogućnost novih partnerstava, izvora informacija, katkad i izvora novih ideja (primjerice, ukoliko se tvrtka radi financiranja povezuje s fakultetom ili institutom, to partnerstvo može postati novi izvor svježih ideja, a potencijalno i budućih radnika). Na koncu, u Republici Hrvatskoj donacije predstavljaju i porezno priznati trošak ukoliko se radi o iznosu manjem od 2% prošlogodišnjeg prihoda. Moguće je zaključiti kako je poslovanje po načelu korporativne filantropije istovremeno zadovoljstvo, promocija, prilika i ušteda.

Ovaj članak objavljen je u sklopu projekta „Filantropija – oslonac održivih zajednica“ financiranog iz programa IPA 2012 Poticanje inovativnih oblika filantropije u lokalnim zajednicama za potporu održivosti organizacija civilnoga društva, na web stranicama Zaklade za poticanje partnerstva i razvoj civilnog društva: <http://www.civilnodrustvo-istra.hr/povodom-medunarodnog-dana-korporativne-filantropije/>



Projekt provodi
Zaklada za
poticanje
partnerstva
i razvoja
civilnog društva



Ovaj projekt sufinancira Europska unija i
Ured za udruge Vlade RH

Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Zaklade za poticanje partnerstva i razvoja civilnog društva i ni na koji se način ne može se smatrati službenim stavom Europske unije niti Ureda za udruge Vlade Republike Hrvatske.

