

Heategevus tänapäeva Eestis

Liis Klaar (RiTo 5), Riigikogu liige, Mõõdukad

Eestis on heategevus alles lapsekingades ja välja arendamata nagu teisedki ühiskondlikud ettevõtmised.

Filantroopia on rahvusvaheliselt tuntud sõna. Otsisin selle eestikeelset vastet ning leidsin ühest nõukogudeaegsest sõnaraamatust tähenduseks kodanluse poolt tehtava heategevuse, peamiselt tähelepanu eemalejuhtimiseks klassivõitluselt.

Julgen küll väita, et filantroopia – heategevus – on vanem kui klassivõitlus, kuid natuke tõtt on kirjapandus siiski, sest mitte kogu heategevus ei tule siirast tahtest head teha, vaid tihti on selles suur osa omakasupüüdlikkusel.

Piiblis (Lk 10, 29–37) räägitakse halastajast samaarlasest, kes abistas inimest, kelle röövlid olid jätnud poolsurnuna maha. See oli heategu. Hea samaarlase eeskujul kujunesid samariitlaste organisatsioonid. Samariitlased olid esmaabi andmiseks väljaõppe saanud isikud. Eestis tegutsesid samariitlased 1940. aastani.

Heategevus ja heategevusorganisatsioonid on kõige paremini välja kujunenud maades, kus puudub riiklik sotsiaalabi, nagu nt USA–s. Sõjaeelses Eestis tegutsenud heategevusorganisatsioonid olid peamiselt kirikud, Punane Rist ja naisorganisatsioonid. Korraldati heategevusballi jm üritusi. Sissetulekust abistati vanureid, haigeid ja paljulapselisi peresid.

Tänapäeva Eestis on heategevus alles lapsekingades ja välja arendamata nagu meie teisedki ühiskondlikud ettevõtmised. Aktiivne ühiskondlik tegevus on demokraatia põhisambaid, kahjuks pole meie demokraatia veel nii tugev. Avaliku ja ühiskondliku sektori ühised valdkonnad on piiritlemata ja läbi arutamata. Ei teata, kes mida teeb, kahtlustatakse üksteist, selle asemel et käsikäes edasi minna.

Ühiskondlik tegevus ja heategevus, eriti sotsiaalsfääris, vääraks nii riiklikku tunnustust kui ka paremat kasutamist.

Siinjuures võib lugeja küsida: milleks meile üldse heategevus, kui meil on väljakujunenud haigekassa ja riiklik pensionisüsteem. Kahjuks on alati nii, et kõik elanikud riigis ei tule endaga toime, alati on neid, kes on jäänud elu hammasrataste vahele kas enda või teiste süü tõttu. Heategevus ei pea alati olema suunatud üksikisikuile, vaid võib hõlmata teatud osa ühiskonnast, nagu lastehaiglat või erakooli.

Olles ise aastaid tegelnud heategevusega, julgen väita, et heategevust ja heategevusorganisatsioone on vaja ka kõige rikkamas ühiskonnas. Mitte ainult sellepärast, et alati on neid, keda tuleb abistada, vaid ka selleks, et muutuks ühiskonna suhtumine.

Tuleb aru saada, et teisi abistades aitame ka iseennast, saame teadmisi ühiskonna varjupoole kohta ning tõstame enesetunnet, olles samal ajal eeskujuks lastele.

Raha küsimine heategevuseks pole kerjamine

Eestis tegelevad heategevusega nii rahvusvahelised kui ka sisemaised ühiskondlikud organisatsioonid. Nt on heategevusfonde, mille sihtotstarve on aidata institutsioone või mingit sihtrühma. Need fondid koguvad raha nii üksikisikuilt kui ka ettevõttele ning korraldavad üritusi, mille puhastulu läheb lubatud eesmärgi täitmiseks. Osa organisatsioone on võtnud eesmärgiks abistada mõnda konkreetset isikut või perekonda.

Kui heategevuseks kogutakse raha, on tähtis kindlaks määrata, mille või kelle jaoks raha kogutakse, ning aruandlus peab olema täiesti läbipaistev. Aru tuleb anda iga kogutud sendi kohta, sest tegemist on vabatahtlike annetustega ja annetaja peab teadma, mida tema rahaga tehakse. Ka riik nõuab aruandlust, eriti meie riik, sest kahjuks on heategevuse katte all raha kuritarvitatud. Seetõttu ei soodusta meie maksuseadused heategevust, ühiskonna seisukohalt ja demokraatlikust vaatevinklist on see ülimalt halb.

Kui jagada heategevusorganisatsioonid kahte liiki – sihtotstarbelised fondid jm heategevusega tegelevad organisatsioonid –, on minu nägemus neist järgmine.

Fondi juhataja peab olema hea suhtleja, hea müügikorraldaja, enesekindel ning tundma probleemistikku, millega ta tegeleb. Fondi tegevjuht peab saama turuoludele vastavat palka, sest ta peab suhtlema tippjuhtide tasemel. Iseenesest mõistetavalt peab ta olema üdini aus ja ka idealist. Ei saa loota, et heategevust professionaalsel tasemel saaks teha palgata, see pole lihtsalt võimalik. Heategevus on töö, mida tuleb teha järjekindlalt ja usaldusväärselt. Annetajaid tuleb meeles pidada, igale suuremale annetajale saata tänukiri, kutsuda neid üritustele. Raha tuleb küsida uhkelt ja püstipäi – heategevuseks raha küsimine ei ole kerjamine!

Annetajad on erinevad ja annavad raha isesugustel põhjustel. On neid, kes annavad tõesti heast südamest ja leiavad, et põhjus, miks raha kogutakse, on seda väärt. Teised annavad selleks, et silma paista, saada oma nime ajalehte või näidata end kontserdil, oksjonil vm heategevusüritusel. Ettevõtteid tahavad end reklaamida. Raha ei haise. Kui sellega saab aidata, on annetaja motiivid vähem tähtsad, annetajatega tuleb loomulikult arvestada ja neid ka vastavalt tänada.

Miks annetada?

Selleks et üldse mingit kampaaniat alustada, peab fond olema registreeritud ja tema aadress avalikustatud, igaühel peab olema fondile juurdepääs. Fondil peab olema põhikiri, nõukogu ja auditeeritud raamatupidamine. Kõik aruanded peavad olema avalikud, fondi oma haldusaparaat ei tohiks enda peale kulutada rohkem kui 10–15% fondi sissetulekust.

Et ka annetajal oleks mingeid hüvitusi, peaks registreeritud heategevusfondidele annetamine olema tulumaksuvaba, seda nii eraisikute kui ka ettevõtete puhul. Ka rahaülekanded peaksid

olema lihtsad ja maksudeta. Kui nt ettevõtte annetas suure summa meditsiiniaparatuuri ostmiseks, aitab ta sellega haigeid, kes seda aparaati vajavad. Ei tohiks olla mingisuguseid tulumaksuvabasid limiite, ettevõtte juhtkond peaks otsustama, kas ta kingib ära kogu kasumi või üksnes poole sellest.

Organisatsioonid, kes töötavad vabatahtlikult ja on otsustanud kedagi aidata, kuuluvad kolmandasse sektorisse. Nad on ühiskonna kolmas samm. Esimene on riik, teine erasektor ja kolmas valitsusvälised organisatsioonid. Sinna kuuluvad rahvusvahelised organisatsioonid, nagu Lions-klubi, Rotary, ka Päästarmee, kes töötab vabatahtlikkuse alusel, kuid tegeleb mõningal määral ka äriettevõtlusega, nagu kasutatud mööbli müük või noorte hostelid. Sisemaistest organisatsioonidest võiks nimetada kogudusi ja kohalikke abistamisorganisatsioone, mis on loodud oma inimeste abistamiseks, olgu nad siis puuetega või muul põhjusel abivajajad. Sellised organisatsioonid on ühiskonnas ülimalt tähtsad: nende liikmed on abivajajale kõige lähemal, nad elavad samas miljöös ja tunnevad inimesi. Need organisatsioonid vajavad ühiskonna tunnustust enam kui fondid (sihtasutused). Tunnustus peab olema nii moraalne, s.t aktsept ühiskonnas ja meedias, kui ka seadusandluses ning võimaluse korral ka rahaline toetus. Riigi ja vabatahtlike organisatsioonide vaheline koostöö peaks olema kindlaks määratud kui mitte seadustega, siis avaliku lepinguga. See oleks viis, kuidas teavitada ühiskonda mitte ainult kolmanda sektori olemasolust, vaid juurutada ka arusaama, et kolmas sektor on vajalik.

Annetamine mujal

Ameerika Ühendriikides on heategevuseks raha kogumine omaette teadus, selleks koolitatakse inimesi. Henry A. Rosso väidab oma raamatus, et raha kogumine (fund raising) õnnestub kõige paremini siis, kui ühendada heategevusorganisatsiooni vajadused annetaja vajadustega ja tema sooviga annetada. Filantroopia – heategevus – algab isiklikust suhtumisest. Peab olema huvi, julgust ja pealehakkamist. Me kindlustame oma elu, maja, auto jm vara, kuid ei kindlusta oma tõekspidamisi ega väärtusi! (Rosso et al 1991.)

Siinkohal võiks tsiteerida George Bernard Shaw'd: "Mõned näevad asju, nagu nad on, ja küsivad: miks? Mina unistan asjadest, mida pole olnud, ja ütlen: miks mitte!"

Dwight F. Burlingame võrdleb oma raamatus Saksa, USA ja Prantsusmaa annetusi ja nende maksuseadusi. Ta väidab, et USA seadused on kindlasti kõige liberaalsemad ja lubavad maksusoodustusi neile, kes teevad annetusi heategevusele (Burlingame 1997). USA-s võib maksustavast tulust maha arvata annetusi kuni 50%, Prantsusmaal ainult 5%, viimane kehtib ka Eesti kohta. 10 ameeriklasest 7 annetavad heategevusele vähemalt kord aastas, 10 sakslasest ja prantslasest üksnes 4. Aastas kogutakse heategevuseks USA-s 850, Saksamaal 120 ja Prantsusmaal 96 dollarit inimese kohta.

Annetuse saajad riigiti suuresti ei erine. Suurimad annetuste saajad on tervishoid, sotsiaalsektor ja kirikud. Rosso toob oma raamatus näiteid ka kogumisvõimalustest, andes põhjaliku seletuse, kuidas mida tarvitada.

Nagu muinasjutt

Alles siis, kui inimesed on teinud endale selgeks, et riik ei suuda ega peagi kõiki probleeme lahendada, juurdub arusaam, et peame ka ise probleemide lahendamisele kaasa aitama, eriti heategevusega.

Usun, et inimene on loomult hea. Ta on nõus teisega jagama, kui tal on, mida jagada. Vähe on neid, kes nagu ema Teresa pühendavad oma elu teiste aitamisele. Rohkem on neid, kes aitavad ja annavad, sest neil endil on küllalt. Tahe aidata on suurel määral eneseteostus ja annab positiivse elamuse.

Iga enesest lugupidav inimene või ühiskonnas hea nime taotlev ettevõtte on nõus annetama heategevusele, sest sellega kaasneb positiivne reklaam ja hea imago.

Ingliskeelses ühiskonnas on levinud väljend cause related marketing, eesti keeles võiks see kõlada "ühise eesmärgi turustamine", s.t ettevõtte loodab oma annetuste kaudu saada rohkem lojaalseid ostjaid või tarvitajaid.

Ere näide on McDonald's ja Ron Mac Donald House. Kiirtoitlustamiskett, mis USA-s on ehitanud lastehaiglate juurde väikesi maju, kus haige lapse pere liikmed saavad minimaalse tasu eest elada, et olla haige lapse lähedal.

Niisuguseid näiteid tuleb kasutada. Heategevust tuleb müüa nagu igasugust teist reklaami, ettevõtte saab tuntuks ja positiivse imago ning heategevus kasu, kas raha või muud vajalikku.

Ja nagu muinasjutus, mõlemad elavad õnnelikult elu lõpuni!

Kasutatud kirjandus

Burlingame, D. F. (1997). Critical Issues in Fund Raising. New York: John Wiley & Sons.

Rosso, H. A. et al (1991). Achieving Excellence in Fund Raising. San Francisco: Jossey-Bass.