



«Вісник благодійництва»,
«Вестник
благотворительности»,
«Philanthropy Journal»

Засновники та видавці:

- Фондація імені князів-благодійників Острозьких
- Інститут успішних громад

Склад редакційної ради
інформаційно-аналітичного
журналу «Вісник благодійництва»

Руслан Краплич. Директор Антикризової гуманітарної програми Інституту Відкритого суспільства (Нью-Йорк — Київ — Будапешт) і Міжнародного фонду «Відродження»

Владислав Кучереносов. Керівник проекту USAID «Розвиток ВІЛ-сервісу в Україні», ВБФ «Коаліція ВІЛ-сервісних організацій»

Лариса Татарінова. Директор Інституту успішних громад

Артем Колесник. PR-агенція «Брендком»

Світлана Панюшкіна. Фонд «Розвиток України»

Випусковий редактор. Герус Олена

Помічник випускового редактора. Дорошук Марина

Дизайн та верстка. Доридор Андрій

Коректор. Савчук Поліна

Фото на обкладинці. Харват Олександр

Адреса редакції: 33028, вул. Драгоманова, 11, м.Рівне, тел./факс (0362)22-10-81.
e-mail: pbofrv@gmail.com, www.fundraising.org.ua.
М. Київ, тел./факс: (044)221-10-58, e-mail: vlad@sci-ukraine.org; www.sci-ukraine.org,
www.ucan-isc.org.ua/ukr/sci/

Адреса для листування: 33028, а/с114, м.Рівне

Свідоцтво КВН-13156-2040р від 16.07.2007 МЮУ

Позиція редакції може не збігатися з позицією організацій, які підтримують видання, а також з думкою авторів. Відповідальність за підбір та трактування фактів несуть автори публікацій. При передруці та використанні матеріалів посилання на журнал та авторів обов'язкове.

Віддруковано: ПП ДМ, 35304, Рівненська область, Рівненський район, с. Корнин, вул. Центральна, 58. Тел. 20-53-37.
Свідоцтво: РВ №11 від 12.06.2002 р.

Здорова філантропія



Тема благодійництва все частіше порушується засобами масової інформації, без посилань чи за замовленням впливових українців.

Чимало українських політиків і бізнесовців також створюють благодійні організації чи фонди. Безумовно, у кожного є свої приватні мотиви для їх утворення. Ці мотиви зрозумілі, бо є типовими.

Одні прагнуть закріпитися у славі та позитивному ставленні суспільства до їх імені, підійнятися на ще вищий рівень своєї значимості. Інші хочуть самореалізуватися, оскільки бізнес і політика не завжди дозволяють це зробити через зовнішні фактори — часті зміни на глобальних ринках і уподобань громадян-споживачів. Ще дехто помилково вважає, що заняття благодійництвом може принести миттєву фінансову чи матеріальну вигоду шляхом «відкриття дверей» до тих, хто їх зачинає перед посередніми бізнесменами і політиками. Безумовно, є філантропи, що подібно до Прометей, намагаючись любити людей, дають їм вогонь і надію, без огляду на реакцію з боку тих, хто вважає себе зверхниками над людьми і богами.

Істинні благодійники точно знають, що люди часто залишаються невдячними і Бог не одразу «оцінить» та створить їм життєві переваги. Вони роблять добро, бо отримують катарсис і радість від добрих справ, які неодмінно спрямовані на інших: тих, хто потребує допомоги, підтримки, милосердя, тих, кому ми маємо віддати, без очікування винагород.

Незалежно від присутніх мотивів — важливим залишається: чи дійсно добро, що ми його намагаємося створити для інших, є таким, яке здатне допомогти лю-

дям, покращити життя, створити достойне майбуття?

На жаль, незважаючи на публічну популярність, благодійні організації та фонди, котрих в Україні зареєстровано понад 10.000, переважно залишаються надто блідою тінню своїх засновників. І нерідко, крім додаткових клопотів, приносять фінансові і моральні втрати та розчарування.

Шкода, що не існує універсального рецепту для одужання кожної людини, так не існує чудодійного зілля для зміцнення благодійних інституцій, кожна з яких залишається унікальною.

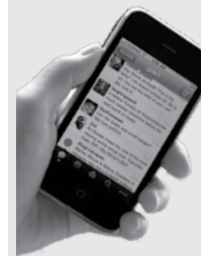
Якщо ми любимо своїх дітей та хочемо добра для них, намагаємося їм подарувати більше любові й виростити їх добрими людьми та надійними професіоналами, здатними, виживаючи самостійно, підтримувати свою родину. Кожна людина, що живе повноцінним життям, прагне залишити по собі гідне потомство, аби продовжити свій рід.

Так само благодійні організації, які ми створюємо чи долучаємося до їх розвитку, мають стати сильними, добрими до оточення і життєздатними у своїй плідності.

З цією метою працює журнал, що його читаєте, а також кілька об'єднань та асоціацій, які допомагають вирощувати здорових і професійних нащадків. Як досвідчені на своїх і чужих помилках педагоги допомагають своїм учням стати найкращими, так і професійні організації підтримки благодійництва здатні допомогти молодим благодійним фондам стати повноцінними інститутами допомоги суспільству. І тут — вибір школи залежить від батьків і здібностей дітей. Відповідальність за створення й діяльність чи бездіяльність благодійного фонду (організації) несуть на собі його засновники, персонал, волонтери, від професійних дій яких, як від професійних дій лікарів, буде залежати майбутнє здоров'я суспільства.

Адже недоношене і нерозвинене дитя, кинуте напризволяще у жорстокий суспільний світ, нездатне допомогти іншим, весь час безжалісно боротиметься за виживання. Той же, хто жорстоко повівся зі своїм дитям, кинувши його у пекло самовиживання, не навчивши перед тим потрібним навичкам і не розвинувши високих моральних цінностей (добра, справедливості, честі, взаємодопомоги і самопожертви заради інших) — не зможе сподіватися на суспільну повагу.

10 000 000 можливостей



ФЕНОМЕН
СОЦІАЛЬНИХ
МЕДІА ТА ЇХ
КОРИСТЬ ДЛЯ
ОРГАНІЗАЦІЙ
ТРЕТЬОГО
СЕКТОРА

4

Про НУО розкажуть цифри

РЕЗУЛЬТАТИ ЩОРІЧНОГО
ВСЕУКРАЇНСЬКОГО ДОСЛІДЖЕННЯ
ТРЕТЬОГО СЕКТОРА — «СТАН
ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ
НЕУРЯДОВИХ
ОРГАНІЗАЦІЙ
УКРАЇНИ
2002-2010»



13

UNITER в дії



23



Вітаміни для дитинки

32

Skype у селах



38

Літні наметові табори ДОСВІД ДИТЯЧОГО КОЗАЦЬКОГО ТОВАРИСТВА РІВНЕНЩИНИ



6

Донор для Карпат



18

Б.К. чи renaissance просвіти

ПЕРЕТВОРЕННЯ ЗАКЛАДІВ КУЛЬТУРИ
В СУЧАСНІ УСТАНОВИ ДЛЯ ГРОМАД.
(ТИПОВІ ПОМИЛКИ ПОТЕНЦІЙНИХ
ГРАНТЕРІВ)



26

Зміцнення громад БЛАГОПОЛУЧЧЯ УКРАЇНИ БЕРЕ ПОЧАТОК НА СЕЛІ



35

Як було і куди рухаємося...

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
НЕПРИБУТКОВОГО СЕКТОРА
УКРАЇНИ



Інститут
лідерства та
управління

39

Волонтерство, як воно є



10

Про Егора



21

100 років волонтерства в Пласті



30

Нові перспективи для бібліотек

ПРАВИЛЬНО ОБРАНА СТРАТЕГІЯ
ДІЯЛЬНОСТІ ДАЄ МОЖЛИВІСТЬ
БІБЛІОТЕЦІ БУТИ УСПІШНОЮ, А
ГОЛОВНЕ — ПОТРІБНОЮ ЛЮДЯМ



36

Економлячи — допомагаємо бідним

ЗВІТ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ
ПРОЕКТУ
«ВПРОВАДЖЕННЯ
СИСТЕМИ
СОЦІАЛЬНИХ
ЗНИЖОК»



ІНФОРМАЦІЙНИЙ БЮЛЕТЕНЬ

41

Благодійник року — 2011

П'ЯТИЙ, ЮВІЛЕЙНИЙ
КОНКУРС СТАРТУВАВ

48



Видання цього випуску Вісника частково профінансовано в рамках проекту «Економлячи — допомагаємо бідним», що фінансується Міжнародним фондом «Відродження».

10 000 000 МОЖЛИВОСТЕЙ

ФЕНОМЕН СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ТА ЇХ КОРИСТЬ
ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЙ ТРЕТЬОГО СЕКТОРА



Артем ЗЕЛЕНИЙ,
директор міжнародного
агентства маркетингу в
соціальних мережах Green PR

Нове медіа-середовище вперше потрапило в зону моїх професійних інтересів п'ять років тому. Це сталося на фестивалі «Каннські леви» — найбільшій рекламній події світу, де десятки доповідачів намагалися усвідомити та прогнозувати зміни в методах поширення ідей, які настали із

ДОВІДКА:



www.livejournal.com — провідний блог-сервіс на пострадянській території. Аудиторія провідних блогів drudo!, golboeb, ibigdan — більше мільйона користувачів.



www.facebook.com — лідер соціального нетворкінгу, аудиторія близько 1.000.000.000 користувачів.



www.twitter.com — пульс планети, сайт мікроблогінгу, який конкурує з провідними інформаційними агенціями.

відбулася за останні роки, потрібно зробити невеликий екскурс в історію. Ще десять років тому медійне поле України було досить однорідним: телеканали, радіо, преса ділили між собою увагу українців і могли гарантовано формувати точку зору на ту чи іншу суспільну проблему. Акценти в цьому процесі змінювалися після трагічної загибелі засновника сайту «Українська правда» Георгія Гонгадзе. Саме тоді, Інтернет, з простої забавки десятків людей, перетворився на потужний канал інформування та впливу.

www.posterous.com, www.twitter.com) дали все більше свободи в вираженні своїх ідей та думок.

Наданий момент в Україні зафіксовано близько 13.000.000 Інтернет-користувачів, 9.000.000 з яких проводять онлайн щодня, а 31% від загальної кількості користуються соціальними мережами. Трансформувалася і довіра до медіа. Згідно з дослідженнями рівень довіри до Інтернету збігається з рівнем довіри до телебачення, а всевітня павутина — це те, без чого не уявляє собі щоденне життя пересічний українець. Якщо ще декілька років тому основними центрами Інтернет-життя були міста-мільйонники (Київ, Одеса, Дніпропетровськ, Харків, Донецьк), то зараз 8,3 мільйона Інтернет-користувачів живуть в містах 50.000+.

Тут необхідно зробити ще один екскурс в історію Інтернету. Традиційно розвиток світової павутини поділяється на два етапи: WEB 1.0 та WEB 2.0. Принципова різниця між ними полягає в доступі до інструментів оновлення та поширення інформації в мережі. Та в минулому році в мережі відбувся ще один водорозділ — кількість людей, які використовують соціальні мережі, перевищила тих, хто використовує пошукові системи типу Google. Це відразу ж відобразилося на капіталізації лідера онлайн нетворкінгу компанії Facebook, вартість якої після виходу на IPO стала дорівнювати \$ 100.000.000.000 (ста! мільярд! доларів). Це найбільша вартість компанії в сучасній історії людства. Зауважу, що Facebook не створює жодних матеріальних активів, являючись по суті платформою для самовираження мільйонів людей по всьому світу (зважаючи на те, що самовираження є, згідно з пірамідою Маслоу, найвищою потребою особистості, вартість компанії виправдана).

Зауважуючи те, що технології розвиваються за принципом Мура (кількість транзисторів на кристалі подвоюється кожні півроку), нас чекає вибуховий ріст українських користувачів в соціальних мережах. Тільки за минулий рік до Facebook приєдналося мільйон українців. В цьому році їх кількість за оцінками wacher.com.ua зросте до 3.000.000. Активний розвиток широкоформатного доступу до Інтернету знизить планку доступу до Інтернету. Внесок в цей процес зроблять і виробники мобільних телефонів, що перенесуть точку доступу до соціальних мереж з персональних комп'ютерів до мобільних пристроїв (типу iPad). В світлі цього, стратегічну перевагу отримають ті організації, що зможуть освоїти комунікацію в соціальних мережах вже зараз.

**Більше 10000000 українців проживають
щодня не менше 1 години часу у
віртуальному житті**

Розвиток технологій, падіння цін на комп'ютери та впровадження смартфонів привели до різкого росту українських Інтернет-користувачів. Паралельно з цим розвивався і сам формат Інтернет-сайтів. Якщо раніше для активної участі в Інтернет-житті необхідно було мати

навички програмування, то з розвитком WEB 2.0 створення контенту стало доволі простим — всі необхідні дії за користувача виконувала Інтернет-програма. Це можна порівняти з розвитком. В наш час переворот в сфері онлайн публіцистики здійснив американець Бред Фіцпатрік, який придумав сервіс Інтернет-щоденників www.livejournal.com (будучи в Америці платформою для публікації дівочих щоденників, Живий Журнал на теренах пострадянщини зайняв унікальну позицію альтернативного офіційним засобам каналу масової інформації, що найяскравіше проявилось в Росії, де блоги в ЖЖ стали єдиною альтернативою глянцевої картині реальності від ОРТ). Далі все розвивалося в геометричній прогресії. В США були запущені сервіси My_space, Yahoo, Facebook, кирилична зона Інтернету народила вКонтакти та Однокласники. Нові проекти, пройшовши за декілька років періоди розквіту і спаду (My_space, Yahoo зараз розпродають свої активи), повністю трансформували процес споживання та поширення інформації. Людство все менше стало залежним від традиційних медіа і перетворилося зі споживача інформації на джерело її поширення. Нові Інтернет-платформи (такі як www.tumblr.com,

розвитком Інтернету та соціальних мереж. Тоді нові медіа були феноменом, тепер — нова реальність.

На що ж вона схожа? Її можна порівняти з величезним базаром, на якому багато людей. На ньому немає офіційних інформаційних каналів. Всі можуть спілкуватися з усіма. Авторитетним стає той, чий голос найцікавіший — принцип роботи соціальних мереж побудований на слідуванні за тими, хто продукує релевантний, цікавий чи актуальний контент. Користувачі соцмереж власноручно погоджуються відстежувати, коментувати та поширювати цікаві думки. Байдуже, чи це бренд, благодійна організація чи особистість. Головне, щоб «чіпляло».

Основною новою рисою комунікаційної моделі є суттєве зниження витрат на дистрибуцію контенту. Водночас вона підвищує вимоги до його творчої складової. Тому в соціальних мережах чудово видно посередність. Так само, як і тих, хто не вміє користуватися технологіями.

Не зважаючи на репутаційні (а не фінансові) ризики, соціальні медіа є ідеальною платформою для взаємодії з аудиторіями. Вони

- а) знижують до мінімуму витрати на медіа-комунікацію,
- б) вербують та мобілізують прихильників,
- в) миттєво дають зворотний зв'язок.

Тому «Збережи старий Київ» (неформальне об'єднання, мета якого протистояти забудові столиці) збирає на свої акції прихильників через Інтернет, жіночий рух «Фемен», відомий завдяки блогам. Нові медіа активно використовує «ОПОРА», яка інформує про порушення на виборах через Twitter та Facebook.

Для того, щоб глибше зрозуміти трансформацію медійної реальності, яка

Літні наметові табори



ДОСВІД ДИТЯЧОГО КОЗАЦЬКОГО ТОВАРИСТВА РІВНЕНЩИНИ

Віктор ПРАЖМОВСЬКИЙ,
наставник дитячого козацького товариства Рівненщини

Літо, спека, сезон відпочинку. Дорослі, як завжди працюють, або їдуть у відпустку. Більшість сімей неспроможні забезпечити змістовний та активний відпочинок своїх дітей у таборах — надто дорого. Водночас, в літній період більшість закладів позашкільної освіти закриваються. Відповідно, діти залишені самі на себе. А незайняті та бездоглядні діти — це висока імовірність травматизму і злочинності.

Зрозуміло, що вирішення цієї проблеми потребує комплексного підходу,

об'єднання зусиль батьків, органів місцевого самоврядування і, звичайно, громадських організацій. Причому роль громадських організацій у процесі виховання підростаючого покоління дуже часто недооцінюється. Адже саме громадські організації, які цілеспрямовано працюють з дітьми, спроможні надати якісні соціальні послуги населенню там, де державні органи не можуть цього забезпечити.

На жаль, в Рівненській області не так багато молодіжних та дитячих громадських організацій, які працюють влітку з дітьми. Найбільш відомою серед них є Рівненська округа Пласту — Національної скаутської організації

України. Поступово посилюють свою діяльність релігійні організації. В кожному конкретному випадку їхні табори мають свою специфіку, відповідно до задачі чи іншої організації.

Дитяче козацьке товариство Рівненщини засноване на початку 90-х років минулого століття і в певний період часу нараховувало до двадцяти тисяч членів. Фактично, ця дитяча організація змогла в значній мірі замінити собою піонерів. Протягом кількох років в області була створена мережа осередків товариства. Кожен осередок використовував свої методи роботи з дітьми. Найбільш поширеними були фольклорно-мистецький та туристичний напрям-

ки. Звичайно, що найпопулярнішим серед дітей виявився туризм. Саме під час літніх наметових таборів відбувалося знайомство козачат з різних осередків, формування єдиного колективу організації. І саме під час таборів поглиблювалися знання та вміння дітей, отримані під час навчального року. А літній період організації планувався таким чином, що табори перекривали майже весь час канікул. З часом, в силу різних причин, відбувся спад активності товариства.

З 2004 року розпочалося поступове відновлення діяльності Дитячого козацького товариства Рівненщини. Саме тоді в області розпочали свою роботу гуртки козацького бойового мистецтва «Спас», які очолили вихідці з ДКТР. І одним з методів роботи стали літні наметові табори.

Спочатку, протягом п'яти років, практикувалися вишкільні табори з українського рукопашу «Спас». Специфікою таких таборів була їхня насиченість заняттями з фізичної підготовки. Програма таборів була розрахована на десять днів і змінювалася відповідно до підготовленості учасників та завдань річного навчального плану. Протягом цього часу з дітьми та молоддю працювали інструктори Спасу. Незмінними залишалися таборові закони: «Мова - українська», «Віра - християнська», «Дисципліна - військова», «Не подобаються умови — створи кращі» тощо. Саме завдяки таборовим законам ДКТР забезпечувалося дотримання виховних методик організації, які довели свою ефективність у 90-х.

Розклад дня досить жорсткий і суворо регламентований. Підйом проводився о шостій ранку. Після того — водні процедури і сніданок. За тим — лекція. Перелік тем лекційних занять визначався також до вимог виховного проце-

су. Основу складали історія України та українського козацтва, народні звичаї, основи здорового способу життя та козацької медицини. Після теорії розпочиналося обіднє тренування, тоді — обід і знову теорія. О 17 годині — вечірнє тренування. Після вечері — ватра. Біля вогнища обговорювалися результати дня, плани на наступний, вивчалися народні пісні, розповідалися цікаві історії з життя козаків та воїнів нашого народу. Раз на кілька днів проводилися нічні тренування з використанням ігрових методик Спасу. Відповідно, що далеко не кожен міг взяти участь у такому заході — залучалися найкращі. На завершення учасники табору проходили певні випробування — наприклад, ходіння по битому склу або по вугіллю.

На перший погляд така організація вишколу є надто жорсткою. Але слід ще раз наголосити, що учасниками таборів ставали уже підготовлені діти. Крім того, значну увагу приділялося оздоровленню та народним іграм, які займають значне місце в системі підготовки спасівця. Показовим є оздоровчий ефект, досягнутий в результаті проведення таборування у 2006 році в урочищі Гурби Здолбунівського району. Тоді, завдяки використанню основ козацької медицини, діти практично не хворіли протягом усього року.

Водночас, проведення подібних таборів суттєво обмежувало кількість їх учасників. З часом також почала відчуватися гостра потреба у популяризації здорового способу життя та козацьких цінностей серед дітей та молоді. У зв'язку з цим керівництво організації прийняло рішення про зміну програми з вишкільної на освітньо-оздоровчу. Але тут виникла інша проблема — фінансова. Її вдалося вирішити завдяки підтримці Антикризисної гуманітарної програми Міжнародного

фонду «Відродження». Для Дитячого козацького товариства Рівненщини це стало справжнім проривом. Адже завдяки коштам цього фонду вдалося, вперше за тривалий час, не лише провести двотижневий наметовий табір для 130 дітей з малозабезпечених сімей, а й придбати нове туристичне спорядження — намети, спальники та каремати.

Підготовка табору у 2009 році проводилася у дуже стислі терміни. Спочатку обрали місце. Завдяки тому, що один з наставників виявився досвідченим туристом досить швидко було обрано урочище Біла Криниця між селами Новостав і Руда Красна Рівненського району. Критерії вибору місця:

- наявність чистого джерела води;
- порівняна віддаленість від населених пунктів (для уникнення можливих конфліктів з місцевим населенням);
- наявність доступних доріг для забезпечення підвозу продуктів харчування;
- зручна інфраструктура для перевезення дітей;
- наявність порівняно неподалік безпечного водоймища для купання;
- можливість використання дров для приготування їжі та нічної ватри.

Після визначення місця було надіслано листи в лісництво для отримання дозволу проводити табір, в обласне управління МВС для забезпечення взаємодії з органами правопорядку та лист-повідомлення сільському голові. Паралельно з тим, завдяки особистим знайомствам, вдалося забезпечити участь у таборі фахового медика.

Важливе питання — залучення дітей з малозабезпечених та багатодітних сімей, які склали більше половини учасників. Запрошення цієї категорії школярів відбувалося завдяки допомозі головного управління праці та соціального захисту населення, відділу у справах сім'ї та молоді Рівненської ОДА та управління



у справах сім'ї молоді та спорту Рівненського міськвиконкому.

Наступний етап — організація харчування дітей. Це питання нам забезпечили повари та працівники одного з рівненських ресторанів. Зі свого боку, ми, звернувшись до головного управління МНС в області, забезпечили для приготування їжі польову кухню і її доставку в табір. Завдяки цьому забезпечувалася також своєчасність і якість приготування їжі.

Програма табору була складена завчасно. Але акцент робився уже на ознайомчі заняття та ігрові форми навчання — збільшено час для відпочинку та розваг. План на кожен день складався окремо. Також прописувалися і теми занять та план-конспекти до них.

Звичайно, що життя внесло свої корективи. Як виявилось, для організації та дисциплінування дітей знадобилося більше часу, ніж передбачалося. Це було важливим моментом у роботі наставників, адже відсутність дисципліни могла призвести до порушення заходів

безпеки. А безпека під час занять є основною складовою роботи наставників — діти повинні повернутися додому у повному складі, живі і здорові. Тому питанню безпеки приділяється багато уваги, так само як і дисципліні. Звичайно, що це не всім подобається. Особливо, коли дитина звикла жити при повній відсутності контролю з боку батьків. Найбільше переживання викликали групові купання — тому вони відбувалися з максимальним дотриманням заходів безпеки.

Програма також передбачала проведення теренової гри протягом однієї доби. Правила гри були розроблені уже з урахуванням особливостей місцевості. А кожна група учасників гри діяла за участі наставника.

Важливу роль у проведенні таборування відіграли старші учні, які займалися в гуртках козацького бойового мистецтва «Спас» і Бойового Гопака. Саме вони, як і передбачалося, склали те ядро, навколо якого відбувалося гуртування колективу.

Досвід 2009 року показав, що

недоцільно проводити наметові табори для не підготовлених дітей довше, ніж на десять днів.

У 2010 році Дитяче козацьке товариство Рівненщини провело три табори. Два з них, десятиденні — за фінансової підтримки Міжнародного фонду «Відродження». Це дозволило залучити більше дітей з малозабезпечених сімей.

Програми обох таборів були однаковими і передбачали проведення занять з туризму, основ «Спасу» та Бойового Гопака, лекцій з історії України та козацтва, міфології, основ козацької медицини та здорового способу життя. Крім того, діти мали можливість познайомитися з народними рухливими іграми, проявити себе у конкурсах співів, театралізованих виступах, стрільбі з лука та пневматичної зброї. Хлопців навчали робити луки, плести з лози, а дівчат — бісероплетінню.

Наприкінці останнього в цьому сезоні табору, увечері 18 серпня, відбулося святкування Спасу — козацького свята захисту врожаю. В давнину казали: «Прийшов Спас — готуй шабелку про запас».

Тому усе розпочалося розпалюванням ватри, біля якої співалися пісні, проводилися ігри: «Чий батько дужчий», «Віддай, бо моє», «Зняти шапку», «Смалений вовк», бій на списах, перетягування палки, бій «Лави на лаву». По закінченню святкування найбільш підготовлені таборовики продемонстрували своє вміння ходити по розпеченому вугіллю.

Завдяки подібним заходам на заняття в гуртках і секціях ДКТР прийшли нові діти. Крім того, було прийнято рішення

зробити традиційними три літні наметові табори і сформовано план роботи на 2011 рік. Таким чином в подальшому рівненські козацата проводитимуть:

- чотирьохденний табір під Берестечком «Джура» — дев'ять неділя після Пасхи;

- тижневий мандрівний табір «Замками Острожчини» — з 15 по 21 липня;

- десятиденний освітньо-оздоровчий стаціонарний «спасівський» табір — з 10 по 19 серпня, який закінчуватиметься

святкуванням Другого Спасу.

Додатково для наставників та молоді почали організовувати дводенні мандрівки по визначних та історичних місцях Рівненщини. Піший маршрут в середньому складає 50 кілометрів.

Дитяче козацьке товариство Рівненщини, обласні федерації козацького бойового мистецтва «Спас» та бойового гопака запрошують до співпраці зацікавлених осіб та організацій. Наша електронна адреса: rivne_dktr@mail.ru



ФУНДАЦІЯ ІМЕНІ КНЯЗІВ-БЛАГОДІЙНИКІВ ОСТРОЖЬКИХ
33028, вул. Драгоманова, 11, м. Рівне, тел./факс (0362)22-10-81.
e-mail: pbofrv@gmail.com, www.fundraising.org.ua

р/р 26000164717 Райффайзен банк Аваль, МФО 380805
ЗКПО 22583870 з поміткою: "Безповоротна фінансова допомога на акцію "Літо дітям".

ЛІТНІ НАМЕТОВІ ТАБОРИ ДЛЯ МАЛОЗАБЕЗПЕЧЕНИХ ДІТЕЙ!

Допоможемо обездоленим дітям отримати здоровий відпочинок!

Літо дітям 2011!



Волонтерство, як воно є

*Інтерв'ю з виконавчим директором
МБФ «Фонд братів Кличків»
Ганною СТАРОСТЕНКО*

У Києві відбулась III Міжнародна конференція Українського форуму благодійників «Волонтерство — шлях до благодійності для кожного». Подія зібрала кілька сотень учасників з України та інших країн, представників третього сектора, благодійників, волонтерів, зацікавлених у тому, щоб український волонтерський рух набув якісно нового рівня. Головні теми, навколо яких точилися обговорення, — це тенденції розвитку та виклики щодо питання волонтерства в цілому, корпоративного волонтерства, законодавчих аспектів, міжнародного волонтерства, важливості навчального компонента, ролі та досвіду окремих організацій та ініціатив.



**ГАННА
СТАРОСТЕНКО:
«ЛЮДИ, ЯКІ
ВИКОНУЮТЬ
ДОБРОВІЛЬНУ
РОБОТУ,
ДОСЯГЛИ
ВЕРШИНИ
ПІРАМІДИ
ПОТРЕБ»**

Свої роботи, пов'язані з молодіжними ініціативами, представив співорганізатор Форуму — Фонд братів Кличків. Ганна Старостенко, виконавчий директор Фонду, переконана — гуртувати молодь потрібно грамотно, адже багато хто хоче робити добро, але не знає, з чого почати та в які двері стукати. Тому важливо, щоб майбутні волонтери ідентифікували себе з цим рухом.

— **Пані Ганно, чи вважаєте Ви, що волонтерський рух є ефективним в Україні?**

— Він є відповіддю на суспільні потреби. Пам'ятаєте, про добровольців, дружинників? У всі часи була потреба у таких людях, яких зараз називають волонтерами. Я вважаю, що в нашій країні волонтерський рух — одна з найефективніших форм роботи з різними категоріями клієнтів. Він є невичерпним джерелом набуття громадянської освіти, дає людині можливість реалізувати себе, служити суспільству.

— **Але мати лише бажання допомагати — цього замало. Треба направляти, скеровувати таких людей!**

— Дійсно, така діяльність потребує від добровольців не лише бажання та наявності вільного часу, а й певних знань з психології, соціальної педагогіки, соціології, медицини, юриспруденції тощо. Волонтери повинні володіти навичками спілкування з різними прошарками населення, знайомитись із кращим як вітчизняним, так і зарубіжним досвідом роботи. І тут необхідно не забувати про грамотний менеджмент та ефективне управління як волонтерами, так і самим рухом. Є потреба у ресурсних центрах для волонтерів, де їм би надавали необхідні знання, іноді навіть психологічну допомогу, та головне — надихали працювати далі. Тому що волонтери — це переважно молодь, яка має бажання реалізувати себе через безкоштовну допомогу іншим, яка прагне неформального навчання та отримання навиків, хоче нових вражень та знайомств.

— **Вітчизняний волонтерський рух з кожним роком набуває усе більшої потужності, об'єднує усе більше громадян та залучає значні ресурси. Ваш Фонд працює з волонтерами?**

— У наших проектах ми працюємо з 4-ма групами таких людей. Наприклад, учасниками проекту «Клич друзів — граймо разом!», який реалізовується спільно з компанією «Кока-Кола», є, як правило, підлітки та юнаки, учні старших класів. Вони пишуть заявки до нашого Фонду з проханням встановити нові дитячі майданчики та інформують нас про свою активність на власному подвір'ї. Всім зрозуміло, що їхній рівень підготовки у якості соціального працівника далекий від професійного. Але вони дуже



мотивовані, дуже завзяті! На сходінку вище знаходяться студенти вишів, які брали участь в нашому проекті під назвою «Оздорови суспільство». Цей проект спрямований на молоду та енергійну молодь, яка має своє бачення розвитку своєї громади, яка хоче своїми зусиллями робити зміни.....

— **І ось тут вже потрібна більш фахова підготовка таких волонтерів...**

— Безумовно. Це вже інший рівень, інший суспільний резонс від дії. З десятикою найкращих конкурсантів «Оздорови суспільство» ми проводили роботу у творчих студіях, допомагали їм отримувати методологічні знання, підказували, як перетворити ідею на проект, де знайти фінансування та як заохотити однодумців. Цей проект є одним із прикладів того, як виховувати волонтерів, щоб їхні ідеї були реалізовані максимально ефективно.

— **Чи були у Вас приклади роботи з волонтерами, так скажімо, в нестандартних соціальних умовах. Я маю на увазі, допомога хворим, інвалідам — там,**

де потрібні не самі лише професійні знання, але це також робота в умовах психологічного стресу...

— Я розумію, про що Ви говорите, адже до нас в Фонд щодня приходять десятки листів, лунають сотні дзвінків з проханням про допомогу знедоленим, хворим... І тут доводиться самим бути психологами, аби ввічливо пояснити людині, яка плаче в трубку, що їй робити у тій чи іншій ситуації, куди звертатися. Але якщо брати проекти, то у ході нашої співпраці з дитячим відділенням Інституту онкології доводилось контактувати з батьками хворих дітей. Вони самі опанували себе, об'єдналися в групи самодопомоги. І хоча їх рівень готовності до добровільної соціальної роботи є непрофесійним, але дуже самовідданий. Мотивація цих батьків - бажання допомогти як своїм дітям, так і іншим сім'ям з подібними проблемами.

— **Спираючись на Ваш досвід, можете стверджувати, що волонтерство — це також благодійність?**



— Надавати допомогу іншим — це робити свій благодійний внесок. Ми зараз з Вами говоримо про складові третього, громадського, неурядового сектора та сектора добровільної активності, оскільки тут широко використовується добровільна праця волонтерів. Так само, як і наш Фонд, різні благодійні організації використовують в своїй діяльності форми допомоги із залученням волонтерів. Наявність добровольців є ознакою життєздатності добродійної організації, привабливості її програми.

— А які економічні чи соціальні вигоди волонтерства Ви бачите для суспільства в цілому?

— Західні дослідники А. Саламон і Х. Анхайер вважають, що нині у світі відбувається «глобальна суспільна революція», що полягає у «вибуху» організованої приватної волонтерської діяльності, пов'язаної зі зростанням самовизначення особистості в сучасному суспільстві, де в наявності виступають інформаційна революція і криза держави. Я гадаю, що волонтерство сприяє більш збалансованому економічному і соціальному розвитку, створенню нових робочих місць і нових професій. Візьмемо за приклад Німеччину. Ця країна стоїть на перших позиціях в Європі щодо оцінки праці волонтерів, а це, безумовно, позначається на рівні розвитку соціальної сфери в цілому. Наприклад, у земельному правлінні спортивної молоді

у Баден-Вюртемберзі на 20 службовців, які одержують за свою роботу заробітну платню, припадає 162 тис. добровольців. Це по-перше. По-друге: нині, коли Україна зазнає справжньої економічної і духовної кризи, ще більше відчувається цінність безкорисливої добровільної допомоги. Збільшується кількість населення нашої країни, що потребує безоплатної допомоги, ще більш відчутно визначилися прошарки населення, які потребують її негайно. І по-третє, переконана, що грамотний волонтерський рух дозволить державі зменшити витрати. У тій же Німеччині наприкінці XX — на початку XXI ст. проявилася тенденція все більшого переходу соціальних послуг волонтерів під дах держави, що дозволяє щорічно економити кілька мільярдів євро.

— Як Ви вважаєте, що є найважливішим у роботі волонтерів?

— Гадаю, це усвідомлення необхідності власної діяльності та наявності бажання працювати. Головна перевага волонтерів полягає в тому, що вони виконують роботу, яка їм подобається, й отримують задоволення, коли бачать результати. Але люди почуваються так, коли знають, що їх цінують і визнають. Добровільний труд — один із найяскравіших феноменів людської цивілізації, який свідчить, що на тлі технічного прогресу здійснюється еволюція людського духу. Люди, які виконують добровільну роботу, досягли вер-

шини піраміди потреб, тобто реалізують потребу в самореалізації.

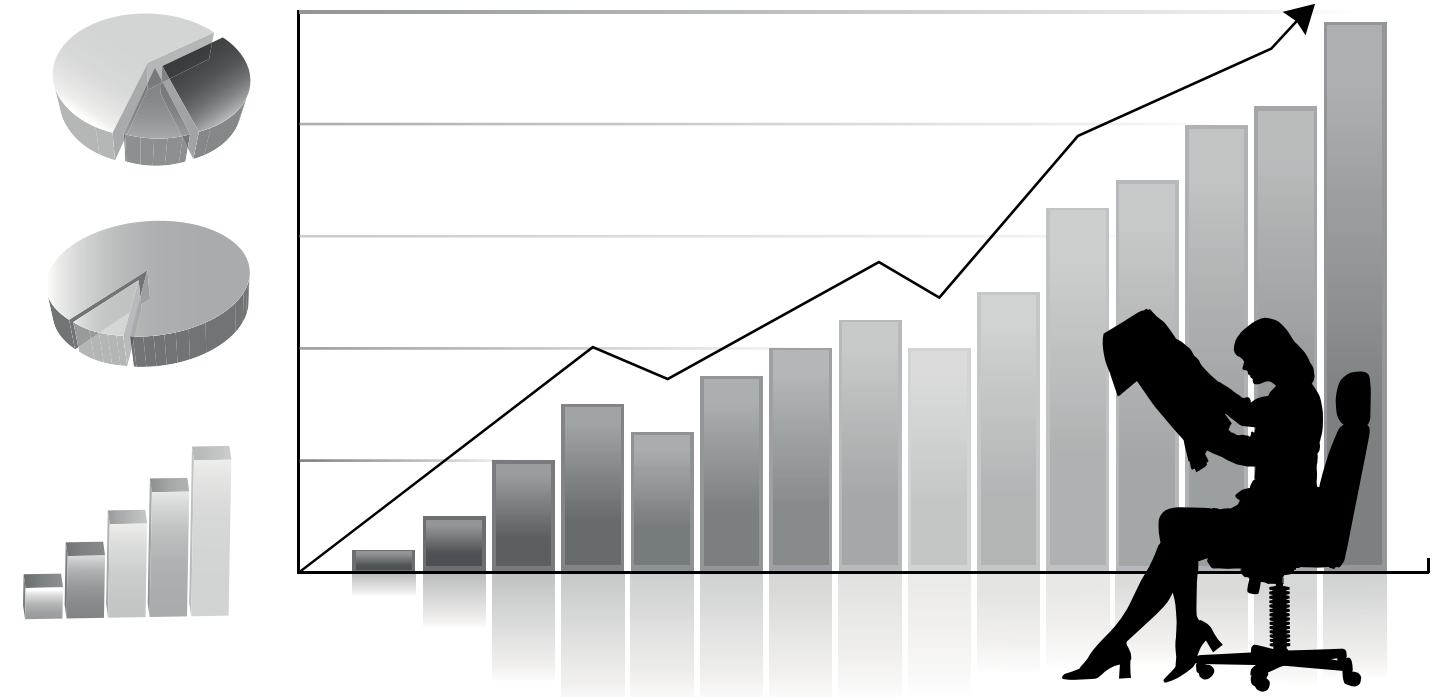
— Як Ви думаєте, чому люди погоджуються працювати безкоштовно та ставати волонтерами? Який, на Вашу думку, середній термін тривалості постійної роботи людини в якості волонтера?

— Сутність волонтерства — це особлива форма самореалізації громадян. Участь людей у волонтерському русі дає їм змогу випробувати свої можливості, беручи участь у проектах і програмах соціальної спрямованості. Волонтери — це люди, які роблять що-небудь по своїй волі, за згодою, а не з примусу. Вони можуть діяти або неформально, працювати безкоштовно як в державних, так і приватних організаціях медичної, освітньої сфери або соціального забезпечення, або бути членами добровільних організацій. Особливість волонтерського руху в Україні полягає у тому, що найчисельнішою групою волонтерів, які працюють у соціальній сфері, є учнівська та студентська молодь.

— А Ви особисто були коли-небудь волонтером? Якщо так, то що це був за досвід? Які враження?

— Я знаю, що це таке, бо працюю з ними. Як я вже сказала, у проектах Фонду беруть участь різні групи волонтерів. Я переконана — якщо люди добровільно йдуть нам допомагати, це є ознакою життєздатності добродійної організації, привабливості її програми.

Про НУО розкажуть цифри



РЕЗУЛЬТАТИ ЩОРІЧНОГО ВСЕУКРАЇНСЬКОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТРЕТЬОГО СЕКТОРА — «СТАН ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ 2002-2010»

**Софія ГОЛОТА,
Любов ПАЛИВОДА,
Творчий центр ТЦК**

У січні 2011 року вийшло в світ чергове видання звіту «Стан та динаміка розвитку неурядових організацій України 2002-2010». Це дослідження було проведено Творчим центром ТЦК за фінансової підтримки проекту «Об'єднуємося заради реформ (UNITER)».

Починаючи з 2002 року, Творчий центр ТЦК проводить щорічні дослідження НУО України з метою визначення рівня розвитку третього сектора та визначення їхніх потреб. У травні 2010

року було опитано 610 НУО у всіх областях України, Автономній Республіці Крим та м. Київ. Опитування проведено із використанням методу самозаповнення респондентами анкети за допомогою регіональних координаторів.

Звіт за результатами дослідження містить актуальну інформацію про стан розвитку неурядових організацій України, співпрацю з державними органами, бізнесом, ЗМІ та громадськістю, проведення кампаній громадського представництва, аналіз потреб НУО. Окрім того, у виданні міститься глибинний аналіз розвитку громадських організацій протягом 2002-2010 років.

Більшість опитаних організацій зареєст-

ровані як громадські організації (89%) і лише 11% НУО зареєстровані як благодійні фонди. 35% опитаних організацій зареєстровані з 2000 по 2004 роки, а 34% опитаних НУО зареєстровані після 2005 року.

Більшість українських НУО (44%) зазначили, що діти та молодь є одним з основних секторів їхньої діяльності. Займаються громадянською освітою 27% опитаних організацій, захищають права людини 27% респондентів, вирішують соціальні питання 25% опитаних НУО. Слід вказати, що у порівнянні із попередніми роками проведення дослідження у 2010 році збільшилася кількість НУО, які працюють у секторі дітей та молоді.





Діаграма 1

Найбільш поширеним (*див. діаграму 1*) видом діяльності серед НУО є тренінги та консультування (37% респондентів), захист інтересів та їх лобіювання (37% респондентів), поширення інформації (36% опитаних) та освітянська діяльність (29% респондентів). Протягом 2002 – 2010 років прослідковується динаміка щодо зменшення кількості організацій, які надають тренерські та консультативні послуги, здійснюють захист інтересів та їх лобіювання, займаються освітянською діяльністю, працюють над розвитком сектора НУО.

Результати дослідження показують, що більшість НУО, що працюють у секторі «Діти та молодь», як і в секторі «Громадянська освіта», зосереджують свою діяльність на тренінгах та консультуванні, освітянській діяльності, а також на поширенні інформації.

Найбільшими групами клієнтів серед опитаних НУО є молодь (46% респондентів), все населення (26% опитаних), члени організації (24% респондентів), діти (21% опитаних НУО) та студенти (17% респондентів).

Слід звернути увагу на збільшення кількості НУО, що мають власний веб-сайт (33% респондентів у 2010-2009 роках, 32% опитаних НУО у 2007 році, 25% у 2006 році, 22% у 2005-2004 роках, 23% у 2003 році та 12% у 2002 році).

Відповідно до результатів опитування (*див. діаграму 2*) основними причинами створення організацій є можливість вплинути на розвиток суспільства (74% респондентів) та бажання допомогти іншим (66% опитаних). Слід вказати, що протягом 2002-2010 років знач-

них змін у причинах створення НУО не відбулося. Лише дещо втратила позиції основна мета заснування організації – можливість вплинути на розвиток суспільства (77% опитаних у 2003 та 2006 роках, 70% респондентів у 2005

Результати дослідження показують, що більшість НУО, що працюють у секторі «Діти та молодь», як і в секторі «Громадянська освіта», зосереджують свою діяльність на тренінгах та консультуванні, освітянській діяльності, а також на поширенні інформації

році, у 2009 – 2010 роках цей показник становив 74% опитаних НУО). Також зменшилася кількість опитаних НУО, які обрали варіант відповіді самореалізація засновників, у 2007 році цей варіант відповіді обрали 40% опитаних НУО, а у 2009 році – 34% респондентів, у 2010 році 33% респондентів.

Переважає більшість українських НУО має написану місію (75%). Стати-

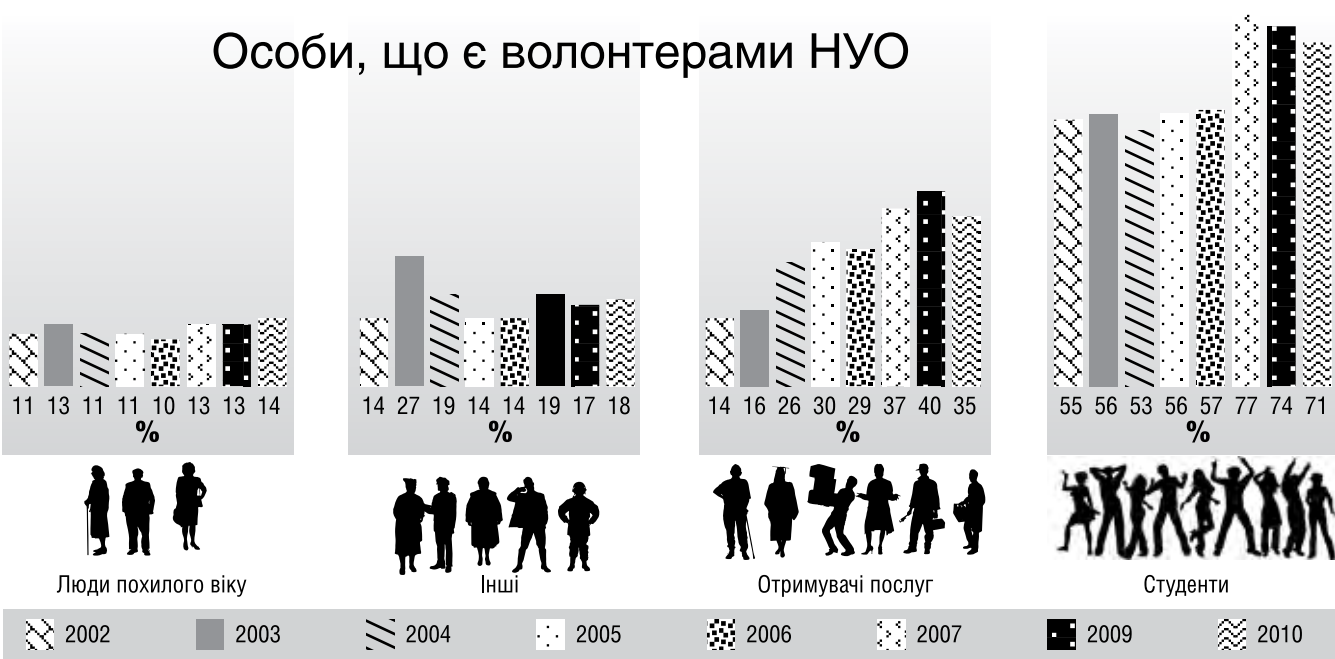
стичний аналіз показників 2002-2010 років підтверджує зменшення кількості організацій, що мають сформульовану місію. 75% НУО мали написану місію у 2010 році, 76% у 2009 році, 86% у 2006 році, 83% у 2005 році, 87% у 2004 році та 89% – у 2002 та 2003 роках.

Написаний стратегічний план мають більше половини неурядових організацій (55%), 70% з них оновлювали такий план протягом 2-х останніх років. 31% опитаних НУО мають стратегічний план на три і більше років,

28% респондентів – на один рік і 20% НУО – на два роки. У більшості випадків члени НУО ознайомлені зі стратегічними цілями організації (76% опитаних). Слід вказати, що протягом 2002-2010 років прослідковується тенденція щодо зменшення кількості організацій, які займаються стратегічним плануванням. Написаний стратегічний план у 2002 році мали 75% організацій, і поступово відсоток



Діаграма 2



Діаграма 3

зменшився до 61% у 2005 році, а в 2006 році зріс до 68%, в 2007 році знизився до 59% та залишився без змін у 2009 році, у 2010 році даний показник знову знизився і становив 55%.

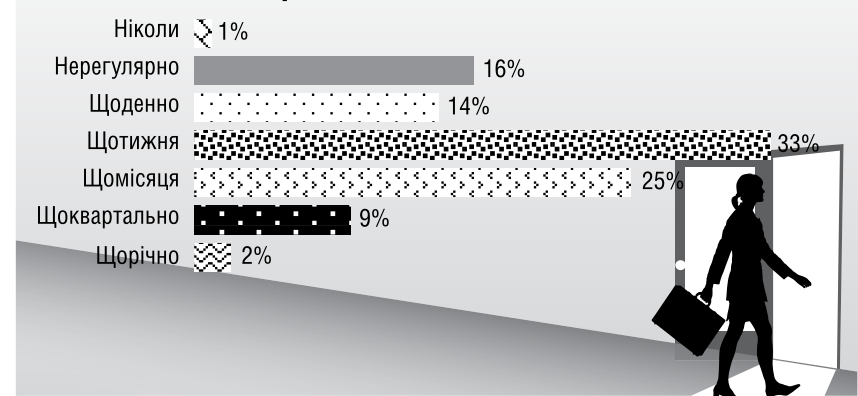
Переважає більшість опитаних НУО (93%) мають колективний керівний орган. Розподіл організацій за типами колективного керівного органу виглядає наступним чином: більшість НУО (73% опитаних) має правління, одна третина опитаних НУО (25% респондентів) – різні типи рад (дорадча рада, наглядова рада, рада директорів, наукова рада, рада товариства тощо). Протягом 2002-2010 років спостерігається тенденція щодо збільшення кількості НУО, які мають колективний керівний орган.

Менше половини опитаних НУО

(41%) мають постійний персонал. Слід вказати, що протягом останніх дев'яти років прослідковується тенденція щодо зменшення постійного персоналу в НУО (64% респондентів вказали про наявність постійного персоналу у 2002 році, проти 41% опитаних в 2010 році). У 2010 році кількість постійних співробітників зменшилася до 3 працівників, це є найнижчим показником кількості постійних співробітників за останні дев'ять років.

Рівень залучення волонтерів залишається відносно стабільним протягом 2002-2010 років (*див. діаграму 3*). Переважає більшість НУО залучає волонтерів (75%). В середньому волонтер працює 6 годин на тиждень. Найчастіше волонтерами в НУО є студенти (71% опитаних).

Частота контактів державних структур та представників НУО

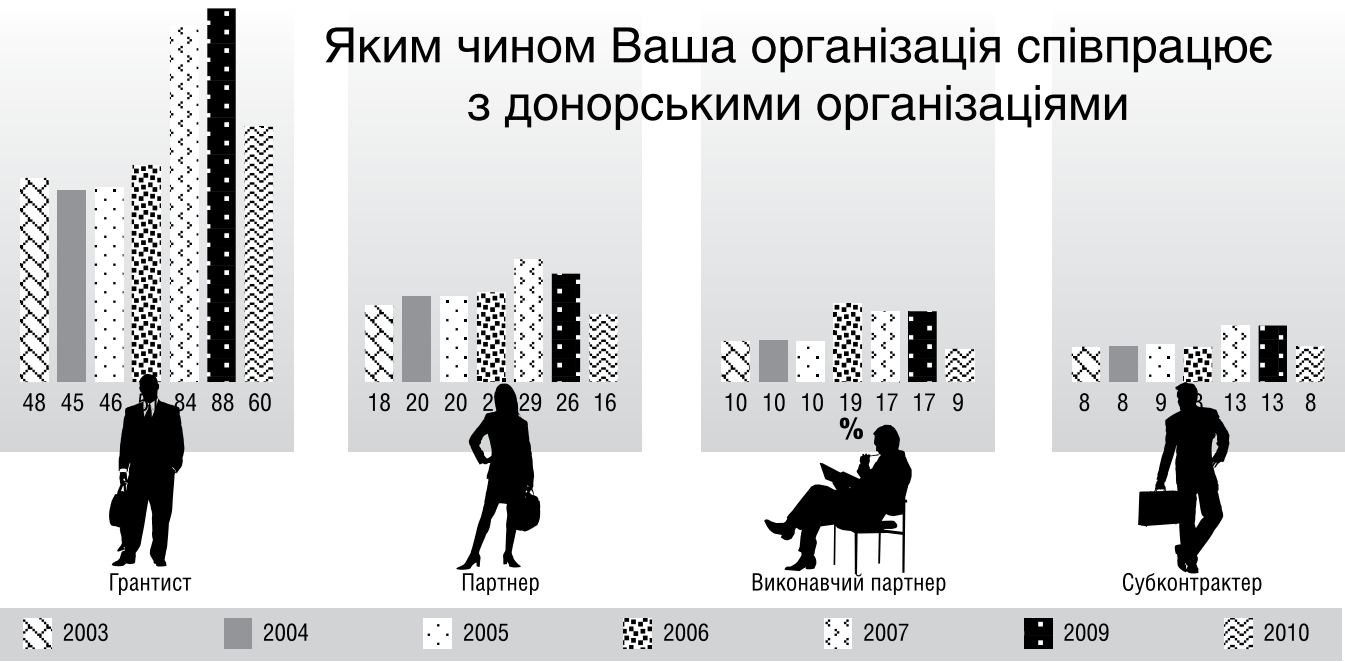


Діаграма 4

Розглядаючи матеріальні ресурси українських НУО, слід вказати на значні зміни, що відбулися протягом 2002-2010 років. Порівняно із попередніми роками проведення дослідження збільшилася кількість НУО, які мають приміщення (власне, орендоване або надане безоплатно). Цей показник підвищився з 80% у 2002 році до 93% у 2010 році. На 30% зросла кількість організацій, що мають доступ до Інтернету або електронної пошти (з 47% у 2002 році до 77% у 2010 році).

Лише 34% опитаних організацій мають план залучення фінансування. Слід вказати на зростання кількості НУО, які планують пройти аудит (26% опитаних у 2002 році, 50% респондентів у 2010 році). Українські НУО мають усталені системи фінансового менеджменту та контролю. Більшість організацій (68%) мають бухгалтера, 62% опитаних вважають, що їхня бухгалтерська система відповідає національним та/або міжнародним стандартам. Про налагоджену систему фінансового менеджменту заявило 61% опитаних.

Протягом 2009 фінансового року найпоширенішими джерелами фінансування для українських неурядових організацій виявились міжнародна донорська підтримка (53%), благодійні пожертви громадян (41%) та благодійні пожертви бізнесу (40%). Фінансування від держави отримують 22% організацій. У 2009 фінансовому році у порівнянні із 2008 фінансовим роком зменшилося фінансування від держави (36% у 2010 році, 28% у 2009 році) та бізнес-організацій (40% у 2010 році, 45% у 2009 році).



Діаграма 5

Не зважаючи на зміну долі надходжень від різних джерел фінансування, частки кожного джерела в бюджеті НУО змінилися зовсім не суттєво. Так, благодійні пожертви громадян становлять 12% у бюджеті НУО, гранти від місцевих організацій — 5%, членські внески — 10%, власна комерційна діяльність — 3%, надходження від державного бюджету — 19%, а від бізнесу — 14%. Найбільшу долю у бюджеті НУО складають гранти від міжнародних організацій.

У порівнянні з 2002 роком, у 2009 році суттєво зросла кількість НУО, що мають річний бюджет більше ніж \$50 000 (10% опитаних НУО у 2010 році, 6% опитаних НУО у 2002 році), а кількість НУО з річним бюджетом до \$500 зменшилася до 16% у 2009 році проти 26% у 2002 році.

Результати дослідження вказують (див. *діаграму 4*) на збільшення кількості контактів українських НУО з державними структурами в період 2002-2010 років та наступну стабілізацію цього показника. На сьогоднішній день ініціатором спілкування між НУО та державними структурами в більшості випадків (62%) виступають обидві сторони, а у 2002 році цей відсоток був значно нижчий — 17%. Виключно з боку НУО ініціатива надходить у третині випадків (30%), а з боку державних структур — майже ніколи (лише у 3% випадків).

Частка НУО, які не мали спільних проектів з державними структурами, зменшилася з 43% у 2002 році до 26%

у 2010 році. Зросла частка НУО, які виконали більш ніж три таких проекти. У 2002 році дана частка складала лише 13% всіх опитаних організацій, в 2010 році вона зросла до 17%.

Порівняно з 2006 роком знизився

Для інформування про власну діяльність НУО найчастіше використовують газети, наступним за популярністю використання є телебачення, і з року в рік знижується популярність радіо, як способу поширення інформації

відсоток респондентів, які вважають, що рівень співпраці на регіональному і місцевому рівні є середнім (46% у 2010 році, 45% у 2009 та 40% у 2006 році), відповідно більша кількість респондентів вважають даний рівень низьким (41% у 2010 році, 42% у 2009 та 47% у 2006 році). Порівняно із результатами дослідження попередніх дев'яти років, у 2010 році зменшилася кількість респондентів, що обрали варіант відповіді «небажання співпрацювати з боку владних структур». У 2010 році 43% респондентів вказали даний варіант як основну причину недостатньої співпраці НУО та влади на місцевому або регіональному рівнях, у той час як протягом 2009-2006 років даний показник становив 47%, а в 2005 році цю альтернативу обрали 45% опитаних.

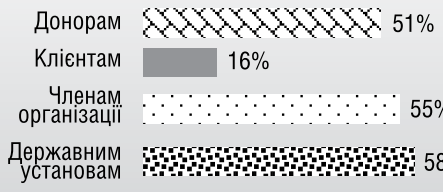
Відносини між НУО також зазнали деяких змін протягом дев'яти років. Переважна більшість респондентів вказали, що вони співпрацюють з неурядовими

організаціями. Статистично значущим на рівні 1% є збільшення за 2003 — 2010 роки відсотку організацій, що практикують партнерські проекти (з 54% до 60%). Проте, кількість організацій, що виконують партнерські проекти зменшилася у порівнянні із 2009 роком (60% респондентів у 2010 році, 60% у 2009 році). Переважна більшість респондентів заявили, що партнерство і співпраця дозволяють розширити діяльність і результативність програм, заощадити ресурси. Результати порівняння даних за 2002 та 2010 роки

свідчать про значні зміни у відповідях респондентів щодо причин недостатнього рівня співпраці між НУО. Наприклад, таку причину як амбіційність лідерів та конфлікти між ними у 2010 вказали 37% респондентів, тоді як у 2009 році 42% респондентів обрали дану причину недостатньої співпраці між НУО, у 2003 році — 47%. У 2010 році 32% респондентів зазначили, що конкуренція за фонди та ресурси заважає співпраці між НУО, а у 2009 році даний показник становив 42%, у 2002 році цей показник становив 29%. Недостатній професіоналізм НУО також менше згадувався в 2002 році, порівняно з 2010 роком (31% проти 36%).

Спостерігаються певні зміни у співпраці НУО та бізнес-сектору. Близько третини (34%) НУО зовсім не співпрацюють з бізнес-сектором. 26% організацій співпрацюють з 1–2 бізнес-структурами, 20% організацій — з 3-5 бізнес-структурами і 18%

Інституції, яким НУО надсилає річні звіти



Діаграма 6

респондентів співпрацюють з більш ніж 5 бізнес-структурами.

З донорськими організаціями (див. *діаграму 5*) співпрацюють 66% опитаних НУО. Незважаючи на те, що найбільш поширеним видом співпраці НУО та донорів є надання останніми фінансової або технічної допомоги, деякі організації співпрацюють з донорами на вищому рівні — НУО як партнер або виконавчий партнер. У 2010 році відсоток НУО, які працюють з донорами в якості виконавчих партнерів, зменшився удвічі у порівнянні із результатами дослідження 2009 року (9% проти 17% відповідно). В якості партнерів в 2010 році працює 16% опитаних НУО проти 26% у 2009 році. Також зменшилася кількість організацій, які працюють з донорами як субконтрактери (у 2010 — 8%, у 2009 році — 13%).

Найпопулярніший спосіб поширення інформації про діяльність НУО — подання інформації в пресу (85% респондентів у 2010 році, 84% опитаних в 2009 році, 80% опитаних в 2007 році, 78% опитаних у 2006 році та 88% НУО у 2005 році). 48% опитаних НУО в 2010 році займалися розповсюдженням буклетів чи листівок, в 2009 році цю відповідь зазначили 55% організацій, в 2007 році цей вид поширення інформації використовували 51% респондентів. Протягом 2002-2010 років збільшилася кількість НУО, які розповсюджують інформацію через веб-сторінку інших НУО (в 2010 році — 40%, в 2002 році — 18%) та через власну веб-сторінку (38% у 2010 році, 18% у 2002 році). У порівнянні із 2009 роком зменшилася кількість НУО, які проводять презентації (46% у 2010 році, 53% у 2009 році).

Регулярно співпрацюють із засобами масової інформації 53% НУО та епізодично — 45%. Відповідно до отриманих даних, для інформування про

власну діяльність НУО найчастіше використовують газети. Протягом останнього року інформацію про себе та власну діяльність за допомогою газет поширювали 89% опитаних НУО. Наступним за популярністю використання є телебачення, де розміщують інформацію про себе 58% НУО. Порівняно з 2004-2009 роками знижується популярність радіо як способу поширення інформації.

Переважна більшість респондентів (94%) у 2010 році відзначає необхідність ознайомлення громадськості з програм-

Участь у робочих групах дозволила НУО спланувати спільні акції з іншими організаціями, організації стали більш відомими, зросли можливості зустрічатись з лідерами інших НУО

ною діяльністю НУО, в 2009 році цей показник становив 97%, в 2007 році цей показник становив 96% НУО. Кількість респондентів, що висловлюються на користь відкритості організацій у сфері фінансової діяльності, становить 69% (73% у 2009 році).

Спостерігається поступове збільшення кількості НУО, які друкують річний звіт (див. *діаграму 6*). Половина опитаних НУО (50% респондентів) вказали, що їхня організація друкує річний звіт. Даний показник зменшився у порівнянні із 2009 роком (58% опитаних у 2009 році), проте є більшим ніж у 2006 році (31% опитаних). Більшість респондентів поширює електронну версію звіту через сайт НУО, через електронну розсилку та публікацію у ЗМІ. Друковані річні звіти найчастіше поширюють на заходах НУО та через поштову розсилку.

Кількість представників третього сектора, обізнаних у чинному законодавстві, постійно змінюється: 53% у 2002 році, потім поступове збільшення до 64% у 2004 і нове зниження до 58% у 2005 році та 60% у 2006 році, 62% у 2009 році, 57% у 2010 році.

Найбільш поширеним джерелом інформації про зміни/оновлення існуючих законів і регуляторних актів серед НУО виявились Інтернет та зустрічі, семінари. Порівняно з 2009 роком, більша кількість НУО використовує Інтернет як джерело інформації — 84% респондентів у 2010 році та 81% у 2009 році. Слід відзначити, що протягом дев'яти років роль Інтернету як джерела інформації для українських НУО постійно зростає. Одночасно для НУО дещо знизилась популярність інформаційних бюлетенів та конференцій.

Участь у коаліціях чи робочих групах була корисною для переважної більшості НУО. Це дозволило їм спланувати спільні акції з іншими організаціями, організації стали більш відомими, зросли можливості зустрічатись з лідерами інших НУО. 8% НУО все-таки зазначили, що участь у коаліціях чи робочих групах для них не виявилась корисною, цей відсоток залишився без змін порівняно із 2009 роком (8% опитаних), проте зменшився порівняно з 2006 роком — 14% респондентів. Тенденція, що простежується з 2002 року, свідчить про зростання відсотку лідерів НУО, котрі є членами коаліцій. У 2002 році лише 35%

лідерів НУО повідомили, що вони є членами коаліцій чи робочих груп. У 2004 року цей показник становив 41%, 2005 року зріс до 63%, а в 2006 становить 59%, в 2009 році 65%, а в 2010 році 69%.

У 2010 році показник індексу організаційної спроможності склав 0,55 (при максимальному значенні 1), що є несуттєво менше ніж у 2009 році. Найвищий показник індексу організаційної спроможності був у 2003 році — 0,63, а найменший у 2007 році — 0,53. Наявність ефективних структур керівництва є найсильнішим компонентом у індексі організаційної спроможності відповідно до даних 2010 року. Найслабшим елементом є стратегія залучення фінансування.

Індекс спроможності НУО України представляти інтереси та захищати права у 2010 році становив 3,01 бали за п'ятибальною шкалою, що є несуттєво менше ніж у 2009 році. Найвищий показник даного індексу був у 2004 році — 3,06, а найменший у 2002 році — 2,28. Найсильнішим компонентом індексу протягом дев'яти років проведення дослідження є збір інформації та проведення дослідження з конкретних питань. Три роки поспіль найслабшим елементом індексу спроможності НУО представляти та захищати права є формулювання стійкої та життєздатної позиції з конкретного питання.

Донор для Карпат



Тетяна ПАЩЕНКО,
координатор програм
Карпатської фундації

Карпатська фундація (більш відома під назвою Карпатський фонд) — це недержавна, неприбуткова організація. Фонд є унікальною транскордонною регіональною фундацією, яка надає гранти та технічну допомогу громадським організаціям та органам місцевого самоврядування, зокрема, у сфері міжрегіональної та транскордонної співпраці, економічного та соціального розвитку. Фонд заохочує розвиток партнерських відносин між державними, приватними та неурядовими організаціями, включно із співпрацею у питаннях транскордонного та міжетнічного співробітництва.

Карпатська фундація — Україна є самостійною національною організацією, учасником міжнародної мережі Карпатських фундацій, метою якої є формування добросусідських відносин,

соціальної стабільності і сприяння економічному прогресу на прикордонних територіях України, Угорщини, Румунії, Польщі, Словаччини. Для цього Мережа надає фінансову та технічну підтримку проектам, результатами яких є покращення якості життя людей у містах та сільських громадах Карпатського регіону.

Фонд звертається до численних і складних викликів, що мають місце у євро регіоні, через призму програм, що спрямовані на підтримку транскордонної і міжетнічної співпраці та розвитку місцевих громад. Команда Карпатського фонду переконана, що підвищення соціального, екологічного та економічного рівнів життя населення є передумовою до підтримання миру і процвітання, незважаючи на політичні і культурні кордони в регіоні.

Завданням Карпатського фонду є розвиток місцевої демократії і громадянського суспільства шляхом налагодження партнерства між громадськими організаціями та органами місцевого самоврядування для задоволення потреб громад, інституційне зміцнення органів місцевого самоврядування і громадських організацій, розвиток транскордонного і міжетнічного співробітництва, поширення інформації і впровадження інноваційного досвіду, заохочення участі громадян у місцевому та регіональному розвитку, сприяння налагод-

женню співпраці між громадськими організаціями, органами місцевого самоврядування та підприємницькими структурами.

Карпатський фонд був заснований у 1994 році Інститутом Схід-Захід за підтримки фонду Чарльза Стюарта Мотта, Флінт, Мічиган, США. Задум створити саме цей тип фундації виник через переконання, що підтримка демократії, регіонального та економічного розвитку, транскордонного та міжетнічного співробітництва є запорукою існування стабільної Європи. Карпатський фонд швидко перетворився на унікальну організацію, місцеву фундацію, що надає фінансову підтримку та технічну допомогу неурядовим організаціям та органам місцевого самоврядування в регіоні. Приклад діяльності Карпатського фонду часто використовують організації у інших поліетнічних регіонах. З огляду на периферійне розташування та історичні міждержавні і міжетнічні протистояння Карпатський євро регіон характеризується економічною недорозвиненістю. Хоча у регіоні проживають представники різних етносів, що розмовляють різними мовами і сповідують різну релігію, транскордонні громади сподіваються на мирне і світле майбутнє. Спільні історичні та географічні реалії і схожі виклики розвитку породили бажання співпрацювати.

Починаючи з 2005 року, структура

міжнародного фонду зазнала змін, в результаті чого з 2007 року на території 5-ти країн діють п'ять окремих фондів, які об'єднані між собою в Мережу Карпатських фундацій.

Карпатський фонд заохочує і сприяє співпраці у наступних напрямках:

Як інтегратор, фундація поєднує у своїй діяльності інтереси громадськості, окремих осіб та бізнесових кіл усього регіону;

Як фасилітатор, фундація сприяє співпраці між різноманітними національними та етнічними групами;

Як новатор, фундація визначає і випробовує нові підходи у розвитку громад і регіонів;

Як провайдер, Карпатська фундація забезпечує інструменти діяльності і підтримку органам місцевого самоврядування та місцевим неурядовим організаціям з метою реалізації їх задумів;

Як грантодавець, фундація надає технічну підтримку місцевим і регіональним ініціативам з метою посилення життєздатності та подальшого розвитку місцевих громад;

Як посередник, фундація діє як місцева неупереджена незалежна організація, що працює в напрямку залучення коштів на благо розвитку регіону.

Карпатський фонд працює в напрямку надання фінансової підтримки та реалізації проектів і операційних програм, спрямованих на розвиток місцевих громад. До 2007 року Фондом було надано фінансову підтримку у розмірі близько 10 000 000 доларів США сотням місцевих неурядових організацій і органів місцевого самоврядування Карпатського євро регіону (з них 3 350 000 доларів США понад 180 організаціям в Україні), чим було забезпечено їм можливість реалізувати свої проекти і співпрацювати на території поліетнічного, політично і економічно неоднорідного регіону.

В Україні, крім фінансової підтримки, Карпатська фундація

проводить тренінги для окремих груп з метою підвищення їх здатності працювати на благо регіону. Робота фундації спрямована на посилення впливу грантової діяльності і, у відповідності до своїх статутних завдань, сприяння формуванню партнерських мереж на території регіону.

На сьогоднішній день Фундація реалізує грантові та операційні проекти в сферах сприяння розвитку недержавних соціальних послуг, розвитку громад та підтримки малого і сільського туризму. Серед грантових програм слід виділити проект «Підтримка вразливих груп населення у Західній Україні в період кризи», Програму соціальних перетворень в Західній Україні та Карпатську стипендіальну програму.

Проект «Підтримка вразливих груп населення у Західній Україні в період кризи» реалізується Консорціумом Карпатського фонду та Міжнародного фонду «Відродження». Метою проекту є підтримка НУО, що надають прямі соціальні послуги на географічній території Львівської, Івано-Франківської, Закарпатської та Чернівецької областей в період кризи. Загальний бюджет проекту 5 000 670 гривень.

13 грудня 2010 року відбулося засідання експертної ради з відбору проектних заявок, поданих на конкурс проекту «Підтримка вразливих груп населення у Західній Україні в період кризи». Експертами було обрано до фінансування 18 проектних пропозицій на загальну суму 1 541 412 грн. На залишок фонду програми було оголошено додатковий конкурс, термін прийняття заявок на який завершився 27 січня 2011 р. Проект «Підтримка вразливих груп населення у Західній Україні в період кризи» це вже другий спільний проект Карпатського фонду та

Міжнародного фонду «Відродження». Перший проект під назвою «Зміцнення інституційної спроможності неурядових організацій та органів місцевого самоврядування» було реалізовано у 2000-2001 рр, в рамках якого було надано гранти розміром до 5000 доларів США 25 громадським організаціям та органам місцевого самоврядування в Західній Україні. Консорціум фондів (Карпатський фонд та Міжнародний фонд «Відродження») планують продовжити співпрацю і в майбутньому.

Карпатський стипендіальний фонд ім. Фредеріка Робі. Фредерік Робі, американський філантроп, що пожертвував 100 000 USD на програми Карпатського фонду.

Кошти, за побажанням донора, використано для створення стипендіального фонду для 5 країн Карпатського євро регіону (Угорщина, Польща, Словаччина, Румунія, Україна). В середньому близько 4 000 USD виплачується щорічно у вигляді стипендій у кожній із країн регіону.

В межах програми підтримуються студенти, що проживають в Карпатському євро регіоні, демонструють високі результати у навчанні та мають фінансові проблеми, що перешкоджають їх подальшому навчанню.

Національні офіси відібрали вищі навчальні заклади, в яких буде реалізовуватися програма. В Україні відібрано факультет суспільних наук Ужгородського національного університету.

Програма соціальних перетворень у Західній Україні та Програма підтримки прийомних сімей та ДБСТ. Карпатська фундація та Мережа нідерландських благодійних фондів для країн Центральної та Східної Європи мають намір підтримати трансформаційні процеси у соціальній сфері шляхом надання грантів недержавним організаціям в межах географічного регіону, що охоплює Закарпатську, Львівську, Івано-Франківську і Чернівецьку області України. Поза межами Карпатського євро регіону фінансуються проекти спрямовані на підтримку прийомних сімей та дитячих будинків сімейного типу. Починаючи з 2002 року, програма діє на постійній основі. Загалом, станом на сьогодні, в рамках програми надано 150 грантів на загальну суму понад 2 млн. євро.

Окрім грантових програм, Карпатська фундація активно реалізує проекти міжнародного співробітництва за підтримки фінансових механізмів Євросоюзу та інших донорських організацій.

Зокрема, серед нещодавно реалізованих проектів такі як румунсько-український проект «Співпраця—шлях до успіху в бізнесі». Проект було спрямовано на підвищення рівня транскордонної інтеграції бізнесу шляхом створення підвалин сталого економічного розвитку. Завдання проекту: активне зміцнення транскордонної співпраці на основі існуючих спільних ресурсів задля започаткування нового циклу сталого економічного розвитку; популяризація концепції довгострокового розвитку серед менеджерів місцевих підприємств.

Спільний словацько-український проект «Таким чином все відбувається» (Карпатська програма корпоративної відповідальності бізнесу перед громадами). Метою транскордонного проекту було поширення досвіду, здобутого нашим партнером —

Карпатською фундацією — Словаччина під час реалізації в минулому році проекту «Таким чином все відбувається» на території 4-х країн Карпатського євро регіону — Словаччини, Угорщини, Польщі та Румунії. В рамках проекту було розроблено засади для проведення дослідження про стан корпоративної відповідальності в середовищі українського бізнесу, було запропоновано форум для діалогу між різними учасниками (підприємства, органи місцевого самоврядування, навчальні заклади і засоби масової інформації), з метою поширення кращих практик з інших країн в Україні проводилися спільні акції і навчання.

Завдання проекту — створити засади для масштабної партнерської співпраці на рівні громад та залучення підприємницьких структур до процесу розвитку громад.

Спільний румунсько-український проект «ІнфоТур — покращення співпраці між областями Румунії і України в галузі туризму». Мета проекту — підвищення рівня розвитку туризму в Румунії і Україні, а саме започаткування довгострокової співпраці між туроператорами з цільових територій, відповідно області Сату Маре і Марамуреш з румунського боку і Закарпатська область від України.

Серед діючих проектів — **спільний польсько-українсько-словацько-угорсько-румунський проект «Карпатський Дім» — стимулювання транскордонного співробітництва в Карпатському регіоні**. Проект реалізується за підтримки Норвезького фінансового механізму. Період реалізації проекту: грудень 2006 — квітень 2011.

Головна мета проекту: сприяння співпраці органів місцевого самоврядування, неурядових організацій і бізнесу в Карпатському євро регіоні

задля покращення життєвих стандартів місцевих громад. В рамках проекту мережа Карпатських фундацій (фундації в Угорщині, Польщі, Словаччині, Румунії і Україні) надає всебічне сприяння розвитку традиційних форм міжрегіональної співпраці та заохочує розвиток додаткових напрямків співробітництва.

Станом на сьогодні рамках проекту в досягнуто наступних результатів:

Адаптовано та обладнано приміщення Карпатського дому для проведення конференцій та виставок; Розроблено 6-мовний веб-сайт проекту (п'ять мов євро регіону та англійська); Розроблено та видано карту євро регіону (п'ятьма мовами євро регіону та англійською);

Проведено 6 міжнародних форумів: для неурядових організацій, органів місцевого самоврядування та бізнесу, в результаті яких налагоджено низку партнерських мереж для реалізації спільних проектів.

Триває робота над наповненням експонатами «Карпатської виставки» в рамках «Карпатського дому», та активна підготовка до проведення міжнародної виставки «Carpathian Expo» 28-31 березня 2011 р. в м. Брюссель. Мета виставки — репрезентувати Карпатський Євро регіон як територію з багатою культурною спадщиною, самобутніми традиціями та величезним потенціалом для розвитку.

Карпатська фундація є активним учасником громадського життя України та регіону, від самого заснування є членом Українського форуму благодійників та представлена в його керівних органах.

Контактні дані:
Карпатська фундація — Україна
88008 м. Ужгород,
провулок Шевченка 21,
офіс 1.
тел.: +380 3122 36247
факс: +380 3122 34129
ел.пошта: cfua@cfoundation.org
www.carpathianfoundation.org.ua

Про Егора



Татьяна БОРОДИНА,
менеджер программ и проектов
БФ Рината Ахметова
«Развитие Украины»

Когда человек попадает в «зону» — его уклад жизни меняется, и очень часто люди так привыкают к этому распорядку, что попадая на свободу, прикладывают максимум усилий, чтобы вернуться «в родные пенаты». Но есть и другая категория...

Одному молодому человеку, назовем его Егор, не повезло в жизни — он попал в места лишения свободы. Не нам его судить, но с ним случилась вторая неприятность — он заболел туберкулезом. И вот тут ему Госпожа Фортуна решила улыбнуться — тубзона разительно отличалась от «основной» зоны — фазаны и павлины, цесарки, индоутки, кролики и поросята, белоснежные голуби выращиваются самими осужденными. Здесь даже есть возможность выбора своей трудовой деятельности — научиться производству плитки из керамзита, печь хлеб или вносить свой посильный вклад в деятельность хозсектора. Второй раз Фортуна решила улыбнуться, когда, начиная с 2002 г., в Украине наладились поставки и закупки противотуберкулезных препаратов, Егору было оказано соответствующее лечение и процесс лечения (а значит, и факт скорого выздоровления) подходил к завершению и срок отбывания наказания тоже истекал.

Но тут с Егором приключилась еще

одна неприятность (наверное, Госпожа Фортуна опять на что-то обиделась) — дом, где он вырос — рухнул, все родные — умерли, и остался он один на всем белом свете. И куда теперь ему идти? Где жить и где закончить лечение?

Возвращаться домой — а где дом? Наверное, от родного дома уже даже кирпичика не осталось? Остаться здесь, с друзьями/корешами? А как лечиться, ведь деньги на лечение от туберкулеза выделены в ту область, где он прописан. И живет Егор без лечения, чем провоцирует развитие тяжелых форм туберкулеза — устойчивого к лекарственным

препаратам, а побыв немного на воле, он может решить вернуться на «зону» — ведь там спокойнее, обо всем побеспокоится государство — будет и хлеб, и кров...

Но есть другие Егоры, которые попадая на тубзону, делают все возможное, чтобы активироваться по 408 статье (досрочное освобождение по состоянию здоровья, по решению суда) — они не принимают никаких лекарственных препаратов, а потом, попадая на свободу, идут в свои семьи и заражают их уже устойчивыми формами туберкулеза...

С июня 2010 г., у фонда Рината Ахметова «Развитие Украины» в партнер-

стве с ДОБО «Вариант», стартовал пилот по социальному сопровождению осужденных. Донецкая областная благотворительная организация «Вариант» — еще молодая организация, но ее сотрудники имеют опыт работы в зонах более 7 лет (по проекту предотвращения распространения ВИЧ/СПИДа в пенитенциарном секторе). Первые шаги проекта начинались с обучения сотрудников ДОБО «Вариант», ведь ребята не врачи. Их учили, как проходит лечение туберкулеза, почему так важно окончить лечение, как нужно предотвращать заражение, какие основные симптомы и кто чаще всего подвергается заболеванию. Очень тяжело было убедить психолога и социального работника работать в респираторе (чтобы предотвратить заражение ТБ), основной мотив звучал: «Как психолог может работать в респираторе?». Но их страхи оказались напрасными, люди шли на информационные занятия и их не смущало то, что психолог в респираторе.

Психолог и социальный работник работали с теми осужденными, которые в скором времени должны будут освобождаться. Форма работы была разнообразной — информационные занятия, индивидуальные беседы, просмотры фильмов и передач о туберкулезе — некоторое подобие терапевтических групп.

Все эти мероприятия направлены на то, чтобы осужденный после освобождения продолжил лечение, а не пошел распространять туберкулез среди своего окружения.. После освобождения, социальные работники сопровождают заключенного до лечебного учреждения, где он, не прерывая лечения, продолжает его. За это предусмотрена небольшая материальная мотивация (пакет, карточка для телефона, гигиенические принадлежности — по желанию клиента, бывшего осужденного).

Наиболее сложным вопросом в этом проекте является ломка устоявшихся мифов о туберкулезе. А мифы на «зоне» очень прочно устоявшиеся — это и «туберкулез неизлечим», и то, что его можно вылечить народными средствами, что туберкулез нужно лечить только весной и осенью, а летом и зимой — нет необходимости...

Приходится объяснять, что это твой выбор — лечиться или болеть, но дома тебя ждут дети, родители, семья, и их здоровье может тоже пошатнуться. А «воздух свободы», который так пьянит и манит, — может немного подождать, ведь лучше дышать здоровыми легкими.

В июле 2011 года международная общественная организация «Врачи без границ» присоединяется для реализации своего пилотного проекта в пенитенциарном секторе

В декабре 2010 г. уже получены первые результаты — за шесть месяцев освободилось 60 человек, из них социальными работниками ДОБО «Вариант» и партнерскими организациями было сопровождено к месту дальнейшего лечения 30 человек. 50% клиентов, которые продолжили лечение, — это хороший результат.

Освободившиеся продолжают лечение в 11 городах Донецкой области. Сотрудники ДОБО «Вариант», а также БФ РУ проводят мониторинг лечения данных людей.

Данный проект не смог бы реализовываться, если бы не объединились государственный и негосударственный сектор.

Работники пенитенциарного сектора всячески помогали НГО, ведь не секрет, что осужденные имеют кредит доверия к людям в погонах, а именно эти люди отвечают за их лечение. В этом случае работа общественной организации — большая помощь, ведь они объясняют,

что только слушая и выполняя рекомендации врача можно выздороветь. В социальном секторе на бывшего осужденного обрушивается шквал соблазнов — всего того, чего он был лишен несколько лет. И тут НГО напоминает — что если ты сейчас станешь на сторону соблазна — твое лечение растянется во времени. И были случаи, когда освобождаясь, люди шли в первую очередь в больницу, говоря, что дома у них есть дети, и они хотят их видеть здоровыми.

Сегодня проект продолжается, в июле 2011 г. международная общественная организация «Врачи без границ» присоединяется для реализации своего пилотного проекта в пенитенциарном секторе. И они, как независимые эксперты, дали высокую оценку проделанной работе, и взяли за основу наработки этого проекта.

Цель этого проекта — уменьшить количество отрывов среди лиц, которые больны туберкулезом и освобождаются. Таким образом, с заключенными, которые больны туберкулезом, проводятся занятия: индивидуальные беседы, информационные занятия, просмотры фильмов, передач о туберкулезе. С помощью этих действий развенчиваются мифы о неизлечимости туберкулеза и люди, которые освобождаются, стараются сразу идти в лечебное учреждение, т.е. пропускают период «воздуха свободы» — проведение друзей, сожителей, родственников/знакомых. Это простая мера предотвращает развитие такой страшной разновидности туберкулеза как МЛУ-ТБ — мультирезистентный туберкулез (устойчивый к некоторым противотуберкулезным препаратам).

Организация ДОБО «Вариант» — молодая, она образовалась в этом году, но ее сотрудники имеют опыт работы с осужденными уже более 7 лет (реализовывали проект по распространению ВИЧ/СПИДа в пенитенциарном секторе).

UNITER В дії



*Колектив проекту
«Об'єднуємося заради
реформ» (UNITER)*

Активно розпочавши свою діяльність у жовтні 2008 року, п'ятирічний проект «Об'єднуємося заради реформ» (UNITER) не зупиняється і зараз, а тільки набирає обертів та встановлює нові цілі як для себе, так і для партнерів проекту — громадських організацій України. Проект «Об'єднуємося заради реформ» (UNITER) фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) та виконується Раєт в Україні. Діяльність проекту поширюється на всі області України. Регіональні та місцеві ініціативи, які підтримує UNITER, працюють у різноманітних сферах, таких як: налагодження партнерства з органами державної влади, покращення врядування на рівні міста чи села, робота з місцевими громадами, подолання корупції, підтримка вразливих груп населення тощо. У межах своїх адвокасі-кампаній партнери проекту на національному рівні проводять громадські експертизи з найважливіших для суспільства питань, пов'язаних з прозорістю та підзвітністю роботи органів влади. Енергоефективність, розвиток громад, зовнішня політика, корпоративна соціальна відповідальність, розвиток філантропії, покращення законодавства для організацій громадянського суспільства — це не повний перелік напрямів діяльності партнерів проекту UNITER та адвокасі-кампаній, які вони впроваджують. Основним принципом проекту UNITER є створення міцного партнерства між українськими ОГС. Переконані, що такий підхід сприяє позитивним змінам та безпосередньо змінює свідомість лідерів громадянського суспільства України. Можемо сказати, що вже сьогодні помітним є те, як активісти та лідери громадського руху змінюють своє ставлення до співпраці, демонструючи інноваційні підходи у залученні громади до впливу на розробку та прийняття рішень на різних рівнях.

Одним із найбільших помітних для суспільства успіхів проекту UNITER

І Мережа громадянських іновачій, Крим



Клуб молодих лідерів, Сімферополь



є прийняття Закону України «Про доступ до публічної інформації». Рік тому отримала підтримку нова громадська організація «Центр UA», яка започаткувала платформу «Новий Громадянин». Ця ініціатива зараз доросла до національної мережі та включає в себе провідні НГО України різної спрямованості. Саме «Новий Громадянин» із своїми партнерами були одними із сильніших важелів громадянського суспільства у лобюванні та адвокації Закону України «Про доступ до публічної інформації». Ця перемога є надзвичайно важливою для всього громадянського суспільства України, адже тепер рівень прозорості діяльності влади неодмінно зросте. Кожен громадянин, кожна організація має більше можливостей контролювати та впливати на владу.

Протягом першого року роботи проекту UNITER було закладено ґрунтовний фундамент для подальшої активності громадських організацій. Команда проекту презентувала цілі та завдання проекту, його основні компоненти в усіх регіонах України. У партнерстві із Фондом Східна Європа та Міжнародним фондом «Відродження», проект UNITER провів два конкурси місцевих грантів та підтримав 22 проекти на загальну суму більше 240 тисяч доларів. Варто зазначити, особливістю проекту було суттєве спрощення процесу подання проектних пропозицій, що позитивно позначилось на кількості поданих заявок (більше 450). Однак, експерти, які брали участь в оцінці поданих ідей, відзначили досить невисоку якість заявок, традиційність підходів у вирішенні місцевих проблем, низький рівень залучення місцевої громади до виконання проектів. Доволі часто запропоновані проекти не враховували наявні потреби громади, для якої працюють ці громадські організації.

Сьогодні проект UNITER вже має відчутні результати виконання як локальних, так і національних проектів. Якщо го-

ворити мовою цифр, то це 28 законодавчих актів, що були прийняті на місцевому і національному рівнях завдяки зусиллям партнерів проекту. В межах проекту UNITER отримали підтримку понад 50 громадських організацій, організовано 72 адвокасі-кампаній, до яких долучилося більше 320 НГО.

Національні ініціативи також мають помітні успіхи, якими можна пишатися. Так, проект Greencubator займається темою енергоефективності. В результаті впровадження проекту започатковано партнерство із чотирма великими національними університетами, домовлено про запровадження енергозберігаючих систем на територіях гуртожитків. Крім того, Greencubator провів 5 енергетичних таборів (EnergyCamp), які стали своєрідною площадкою для обговорення завдань, проблем та способів їх вирішення у «зеленому» секторі провідними спеціалістами у сфері енергозбереження з НГО, бізнесу, державних органів, університетів, сільських громад та медіа.

Міжнародний центр політичних досліджень (МЦПД), протягом року публікував аналітичний бюлетень англійською мовою, щовчасно інформував міжнародну спільноту про перебіг політичних подій в Україні та надавав поглиблений аналіз головних тенденцій внутрішньої та зовнішньої політики нашої країни. Як результат співпраці провідних українських експертів з питань міжнародної політики було видано книгу «Нова зовнішня політика України: чотири стратегічних пріоритети», метою якої було надання рекомендацій українському уряду. Варто зазначити, що через рік після публікації книги 80% із запропонованих експертами рекомендацій було виконано новим урядом. Наприклад, покращені стосунки з Росією, диверсифіковані зовнішні пріоритети, більше уваги приділяється спільному «меседжу» українського уряду міжнародній спільноті та інше.

Для підвищення відповідальності державних органів влади та прозорості їх діяльності Інститут Медіа Права активно впроваджує метод громадських експертиз діяльності органів виконавчої влади, що є ще досить новим механізмом для більшості громадських організацій. На сьогодні, з різною долею успіху, запити було надіслано до Державного комітету кінематографії, Експертної комісії з питань захисту суспільної моралі, Державний Комітет телебачення і радіомовлення, Міністерства юстиції України та Державного комітету з питань технічного регулювання та споживчої політики. Очікуваним результатом реалізації цього проекту є підвищення прозорості функціонування державних органів, вдосконалення механізму громадського контролю за їх діяльністю, створення ефективної моделі співпраці органів державної влади та інститутів громадянського суспільства. Зауважимо, що діяльність Інституту Медіа Права, в межах цього проекту, була дуже важливою у процесі практичної роботи, підготовки та адвокатування Закону України «Про доступ до публічної інформації».

З метою створення сприятливих умов для розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні через затвердження принципів з усіма групами зацікавлених сторін та їх реалізації, партнери проекту UNITER Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності працюють над розробкою національної стратегії із корпоративної соціальної відповідальності. Важливим етапом реалізації цієї ініціативи стало підписання 19 січня 2011 року «Декларації про відповідальне бізнес-партнерство» 17 провідними компаніями України. Підписання декларації, як зазначають її учасники, є важливим для України, оскільки подібний крок стимулює співробітництво між компаніями, неурядовими організаціями та державними структурами.

Окрему увагу проект приділяє підтримці ініціативи, спрямованої на розвиток корпоративної філантропії та фондів громад. Так, партнером UNITER, Українським форумом благодійників, було реалізовано низку заходів, метою яких була мобілізація українських регіональних, малих та середніх підприємств і приватних донорів, озброєння їх з різними інструментами у сфері благодійництва та філантропії, розробки благодійних програм. В рамках реалізованого проекту представники Українського форуму благодійників та партнерських організацій провели зустрічі з представниками місцевого бізнесу, влади, ЗМІ, НУО, щоб ознайомити громади з механізмами мобілізації локальних

ресурсів та ефективними підходами до розв'язання місцевих проблем, дослідити готовність громади до створення власного фонду та налагодити співпрацю між місцевими НУО та бізнес-структурами. Як результат цих зусиль, ініціативні групи по створенню фондів громад з восьми регіонів України довели свою готовність та ефективність, реалізуючи потужні проекти в рамках своєї діяльності.

Зміцнити організаційні можливості громадських організацій на рівні місцевих громад шляхом створення можливостей для розвитку центрів місцевої активності на базі існуючих будинків культури покликаний проект «Спільний шлях в майбутнє», що виконується Інститутом соціокультурного менеджменту спільно з чотирма організаціями-партнерами з інших регіонів України. Очікується, що результатом проекту стане розробка та прийняття рекомендацій Міністерством культури та туризму України в частині адаптації існуючої нормативно-правової бази, що стосуються діяльності будинків культури, до сучасних потреб місцевих громад.

Варто зазначити, що проект UNITER приділяє особливу увагу вивченню стану розвитку громадянського суспільства в Україні. Вже два роки поспіль UNITER підтримує дослідження «Стан та динаміка розвитку неурядових організацій України», що визначає та аналізує рівень розвитку НГО України протягом останніх дев'яти років. Такий звіт відображає проблеми, та потреби НГО на національному і місцевому рівнях, що в свою чергу дозволяє доцільніше планувати шляхи подолання труднощів та розвитку громадянського суспільства в цілому. Цей звіт користується популярністю не тільки у професіоналів третього сектора, а також у донорів, представників української влади та міжнародних організацій, оскільки відображає реальний стан справ у третьому секторі України. Дослідження проводиться Творчим центром ТЦК. З текстом дослідження можна ознайомитися на сайті UNITER та на сайті Творчого центру ТЦК.

З метою сприяння розвитку спроможності ОГС Криму та покращення їх інтегрування із громадянськими організаціями всієї України було розпочато активну фазу програми «Посилення впливу громадянського суспільства у Криму», відкрито офіс у м. Сімферополь. В рамках кримського компоненту програми надається грантова підтримка кримських НУО та відкрито «Мережу громадських ініновацій», що є навчальним курсом для молодих активістів громадянського руху Криму.

Сфера реформування законодавства для ОГС є одним із пріоритетних напрямків роботи проекту. Разом зі своїми партне-



Мережа Громадянських ініновацій, алушта, перша зустріч

рами проводиться робота над законопроектом «Про громадські організації», «Про благодійництво та благодійні організації» та інші закони. Партнери проекту Український незалежний центр політичних досліджень (УНЦПД) та Український форум благодійників (УФБ) активно долучилися до розробки поправок та адвокатування законодавства про благодійництво. 16 червня 2010 року ці зусилля увінчалися підписанням Меморандуму взаєморозуміння щодо підтримки законопроекту «Про благодійництво та благодійні організації» (№6343). Одинадцять провідних українських благодійних фондів, включаючи фонд Ріната Ахметова «Розвиток України», Міжнародний фонд «Відродження», фонд Катерини Ющенко «Україна 3000», фонд Віктора Пінчука, Фонд братів Кличків, Фонд Святослава Вакарчука та інші, поставили підписи під Меморандумом, чим засвідчили свою готовність та підтвердили партнерські наміри щодо лобювання необхідних поправок законодавства про благодійництво.

В центрі уваги проекту знаходяться ініціативи, спрямовані на підтримку організаційного розвитку ОГС, підвищення їх спроможності впливати на формування політики, вести конструктивний діалог з владою, працювати в громаді та співпрацювати між собою. Разом з провідними українськими організаціями UNITER виступає ініціатором ініноваційних підходів до підвищення культури ОГС щодо їх інституційного розвитку. Однією з таких ініновацій є започаткування та щорічне проведення Ярмарку інституційного розвитку у партнерстві з громадською організацією ГУРТ, який пропонує новий формат спілкування між громадськими організаціями — отримувачами послуг та організаціями, що ці послуги надають. 3 листопада 2010 року Ярмарок інституційного розвитку продовжує свою роботу в Інтернет-середовищі. Онлайн ресурс «Розвиток

ОГС» є унікальним інструментом, основним завданням якого є допомогти українським організаціям громадянського суспільства самостійно зорієнтуватися на ринку послуг з організаційного розвитку, а постачальникам послуг з організаційного розвитку та ОГС — знайти одне одного. Крім того, на порталі можна прочитати інформацію про ще один унікальний інструмент UNITER — систему ваучерів, яка задовольняє потребу ОГС в оплаті бажаних послуг. Тобто, ваучер UNITER з організаційного розвитку — це, власне, невеликий грант, за допомогою якого можна «придбати» необхідні послуги (тренінг, семінар, короткострокові/довгострокові консультації, експертну оцінку, навчальні матеріали тощо) відповідно до пріоритетів, визначених у Індивідуальному плані ОГС. Сума такого гранту (ваучеру) коливається від \$100 до \$1000 та залежить від:

- а) наявності в ОГС індивідуального плану організаційного розвитку;
- б) визначених у плані пріоритетів та потреб з організаційного розвитку;
- в) загального річного бюджету організації, що хоче отримати ваучер з організаційного розвитку. Більш детально про це читайте на сайті <http://www.ngomarket.org.ua/>.

Проект UNITER знаходиться на екваторі свого розвитку, і ми сподіваємося на поглиблення існуючих та на появу нових партнерств і досягнень протягом наступних трьох років. Тому ми плануємо і надалі надавати грантову підтримку ОГС, що впроваджують системні зміни у суспільстві та сприяють просуванню необхідних в Україні реформ, підтримувати ініціативи у сфері їх організаційного розвитку, допомагати ОГС у розбудові їх мережевої співпраці та налагодженні конструктивного діалогу з владою та бізнесом.

Завітайте на веб-сайт проекту www.uniter.org.ua та підпишіться на розсилку, щоб завжди бути в курсі останніх подій, нових проектів та анонсів.

«Життя після нафти», Energy Camp, Долина, Івано-Франківська область





Б.К. чи renaissance просвіти

ПЕРЕТВОРЕННЯ ЗАКЛАДІВ КУЛЬТУРИ В СУЧАСНІ УСТАНОВИ
ДЛЯ ГРОМАД. (ТИПОВІ ПОМИЛКИ ПОТЕНЦІЙНИХ ГРАНТЕРІВ)

Руслан КРАПЛИЧ,
директор проєктів
Антикризової гуманітарної
програми Міжнародного фонду
«Відродження»

Україна вже понад десятиліття живе у новому часі, що відзначилося кризою глобального капіталізму, тиранією інформації (в тому числі рекламної), трансформацією демократії, дезорієнтацією суспільства у цінностях. Усі ці явища взаємопов'язані

й торкаються кожної країни, як частини глобального процесу, який відбувається без огляду на те, розуміємо, сприймаємо, приймаємо ми різні явища в макроекономіці й геополітиці чи ні.

Поняття кризи є багатозначне та має вдосталь енциклопедичних визначень, серед яких найбільш влучними є наступні: «Різка зміна звичайного стану речей. Злам, загострення становища».

«Перевиробництво товарів, що призводить до різкого загострення всіх суперечностей економіки країни: скоро-

чення виробництва, розладу кредитних і грошових відносин, банкрутства фірм, масового безробіття і зубожіння мас».

«Переломний момент під час хвороби, після якого стан хворого відразу або поліпшується, або погіршується; характеризується відповідно раптовим зниженням або підвищенням температури тіла».

Простіше кажучи, **криза** настає тоді, коли справи надзвичайної важливості мають бути виконані у минулому часі («на вчора»).

Нещодавно прийнятий новий Закон про культуру, який в принципі дозволяє приватизувати приміщення закладів культури як об'єкти нерухомості. Цілком очевидно, що місцеве самоврядування під тиском фінансової кризи і спонукання центральної влади зможе продати більш-менш привабливі приміщення бізнесу.

Ідею приватизації об'єктів соціокультурної сфери, до якої належать і заклади культури (клуби і бібліотеки), висловили урядовці під керівництвом Віктора Януковича ще на початку 2003-2004 рр. Тепер, коли до влади прийшов президент В.Янукович і сформований ним уряд, підтриманий більшістю парламентарів, цей задум може перетворитися у реальність.

Певен, що приватизація сама по собі є не найгіршим шляхом вирішення проблеми утримання соціальної інфраструктури,

особливо тієї, яка вже фізично зносилася. (Якби це рішення було прийнято 15 років тому, можливо, втрати/руйнування громадських будівель клубних і бібліотечних установ вдалося б зменшити, хай навіть ціною їх перепрофілювання в інші заклади. Шкода ж, що понад 1/3 приміщень вже зруйнувалися і не можуть бути відновлені).

Власниками більшості будинків культури та бібліотек є територіальні громади у більшості регіонів України. Однак, управління майном громади здійснюють голови сільських і міських рад (у містах — міськвиконкоми), які залежні від бюджету, що ухвалюється у Києві та пропонується урядом. Керівники будинків культури і бібліотек призначаються сільськими та міськими головами та є повністю підконтрольні чиновникам. У великих містах здебільшого заклади культури виконують своє основне призначення. У малих містах (з населенням менше 100 000 громадян) і сільській місцевості переважна більшість закладів культури діють лише на 5-10% від своєї потужності. Тобто, більш як 90% можливостей цих громадських установ не використовується. Оскільки територіальні громади (громадяни) найчастіше є пасивними й не цікавляться тим, що відбувається з майном, яке належить громаді, то всі вищезазначені фактори сприяють непрозорій приватизації приміщень клубів і бібліотек. Бо в свідомості пострадянських людей (homo soveticus) громадське майно є нічим, тому його не шкода.

Протистояти непрозорій приватизації (корупції у питаннях продажу громадських будинків) і добитися (пролобіювати) рішення місцевої влади щодо передачі



Яким чином фінансово-економічна криза 2008-2011 рр. позначилася на закладах культури регіонів, малих міст і сіл України та які можливості відкрила?

Галузь культури до фінансової кризи мала обмежене фінансування з місцевих бюджетів. Тепер його практично немає, оскільки бюджет держави залишається дефіцитним через зменшення надходжень, бо місцевий бізнес також потерпає від зниження рівня купівельної спроможності громадян, а ціни на комунальні зручності й енергоносії ростуть, що робить товари і послуги дорожчими при зарплатах і пенсіях громадян, які не підвищуються пропорційно.



приміщень закладів культури для продовження громадської роботи, в тому числі з виконання їх основної функції, може сектор громадських і благодійних організацій, що працюють у провінції.

Цієї цілі можна досягнути шляхом організації громадських обговорень і слухань в кожній з громад; інформаційної кампанії у місцевих, регіональних і національних ЗМІ; проведення мобілізаційних кампаній із залученням активістів громад, влади та бізнесу до громадських робіт з облаштування приміщень закладів культури й проведення інших корисних громадських заходів.

Тут можливо застосувати різноманітні форми співпраці:

- створення на базі закладу культури чи за його участі громадської організації;

- надання в оренду приміщення для громадської чи благодійної організації за умовну плату (наприклад, 1 гривня);

- налагодження співпраці між громадською чи благодійною організацією та закладом культури на підставі договору;

- передача закладу культури в оперативне управління громадській чи благодійній організації;

- приватизація закладу культури;

- створення альтернативного клубу (іншого закладу);

- створення громадських/опікунських рад при закладах культури.

Головною проблемою у галузі культури є не загроза приватизації і не хронічна бідність становища чи відсутність фінансування. Більш загрозливою є **відсутність інновацій, які спрямовані на задоволення попиту громад у соціокультурних послугах.**

На жаль, ця тенденція повністю підтвердилася конкурсом грантів *«Трансформування закладів культури в осередки громадської активності та залучення творчих колективів до благодійництва»*, який було оголошено Антикризовою гуманітарною програмою Міжнародного фонду «Відродження» у грудні 2010 року.

На конкурс надійшло майже 400 проектів. І більшість з них починали описувати проблему закладів культури дуже патетично (майже у стилі колишніх партійних пленумів), мовляв, у селі є

лише єдине джерело культури, яке неприпустимо загубити.

Шкода, але більшість (близько 90%) таких промовистих закликів у підсумку планували лише змінити дах, вікна чи двері, пофарбувати фасад або встановити опалення. Що ж тут інноваційного? Що зміниться у такій відремонтованій будівлі? Чи перестане керівник закладу культури бути при цьому ключником,



що відчиняє двері будівлі, щоб провести разовий захід і то, проведений кимось, а не штатними працівниками установи (це нерідко трапляється у сільській місцевості)?

Ніхто не проти красивих і теплих приміщень. Просто Антикризова гуманітарна програма МФВ спрямована на інше.

Гуманітарна програма — означає «людська», тобто допомагаюча ЛЮДЯМ, а не будівлям. У час фінансової кризи ми прагнемо надати підтримку враженням її наслідками групам громадян і робимо це за допомогою громадських організацій. Люди є тим, хто має «поселитися» у будинках культури і бібліотеках, у цих установах має виривати життя громади.

Заклади культури можуть бути перетворені в осередки громадської активності та зберегтися для використання громадою на користь самої громади.

Осередок громадської активності — це структура, яка може навчати, захищати, згуртувати, об'єднати і розвивати громаду. Її засобами можливо здійснювати:

- правову просвіту, правові лекторії, роз'яснення законодавства,

підготовку правових документів, надання первинної правової допомоги (яку активно впроваджує Фонд) — у малих населених пунктах особливо відчутна юридична неосвіченість населення та потреба мешканців у правовій допомозі;

- *планувати та реалізувати важливі для розвитку громади і села події;*

- *впроваджувати моделі соціального й економічного розвитку (розвиток сільського зеленого туризму, програма контрактації сільськогосподарської сировини, бізнес-інкубатор для початкуючих підприємців і фермерів тощо);*

- *організовувати святкування, концерти тощо в закладах культури, що допоможе відновити й зберегти місцеві культурні традиції, а також розвинути сучасні мистецькі ініціативи;*

- *бути каталізатором активності громадян з різних актуальних проблем, виступаючи комунікативним осе-*

редком.

Одним із найважливіших розділів діяльності **осередків громадської активності**, створених на базі закладів культури, є формування органів самоорганізації населення (ОСН), які відповідно до Закону про місцеве самоврядування в Україні мають право отримати делеговані повноваження місцевої ради разом з частиною місцевого бюджету для вирішення проблем і забезпечення потреб громадян, членів місцевої громади. У разі створення на базі закладу культури ОСН питання про приватизацію приміщень перестає бути актуальним й вони автоматично залишаються у розпорядженні громади.

Аналізуючи результати проведеного конкурсу, експерти звертають увагу на типові помилки, що допускали потенційні грантери.

Суттєвим недоліком є те, що культурні послуги пропонуються надавати без вивчення реальних потреб громади, їх інтересів, і не завжди передбачається участь громади у вирішенні існуючих проблем. Як наслідок: Центр розвитку громади чи сам заклад культури, на базі якого пропонується створити такий Центр, стане недієвим, оскільки не орієнтується на громаду.

Іншим суттєвим недоліком проектів, які ставлять за мету створити Центри громадської (місцевої) активності на базі закладів культури, є те, що план реалізації проекту зводиться до проведення ремонтних робіт та придбання обладнання. Практично не плануються, або нечітко формулюються, заходи, які б забезпечили функціонування закладу культури як центру місцевої активності чи запровадили б нові форми і методи роботи. З таких проектів зовсім незрозуміло, як буде функціонувати заклад у майбутньому, які буде виконувати функції і завдання, які зміни будуть запроваджуватись у його діяльності і як буде залучатись до цього процесу громада.

Насправді, приміщення можуть бути і відремонтовані, і можливість придбати необхідне обладнання також в рамках антикризового конкурсу грантів існує. Але ремонт має бути організований і проведений тими, хто зацікавлений у проведенні діяльності у закладі культури. І тут йдеться не про керівника закладу культури чи лише місцеву владу, а насамперед про: громадян, громаду, громадські організації.

Неякісно складений бюджет теж може стати причиною відмови в наданні гранту, коли він містить необґрунтовані або нераціональні витрати чи багато технічних помилок. Поширеною помилкою є також неузгодженість витрат проекту із планом його реалізації. Крім того, цінність проекту набагато знижується, коли більше 40% від усіх витрат, які планується здійснити за рахунок гранту, використовуються на оплату праці або послуг (керівнику та учасникам проекту, іншим фахівцям).

Ще одним недоліком проектів є обмеження очікуваної користі невеликою кількістю осіб. Наприклад, в селі де проживає умовно 1000 осіб користь мають отримати приблизно 250 осіб, іноді лише самі працівники закладу, чи учні шкіл, чи учасники громадської організації. Це свідчить про низьку ефективність проекту або неспроможність його авторів об'єднати громаду для вирішення існуючих проблем та залучити більш широке коло людей до заходів, які пропонуються проектом.

На жаль, практично не було проектів, які передбачали б створення Опікунської ради закладу культури з числа впливових

громадян, чий досвід міг би бути використаний для виходу з кризи і розвитку.

Окремі проекти чудово описували кризові явища у культурному середовищі та громаді, мали непоганий план допомоги людям, але були відхилені експертною радою Антикризової гуманітарної програми МФВ через надто споживацький бюджет (лише на ремонт; або ремонт і обладнання; або ремонт, обладнання,



зарплати). А де ж турбота про вражених фінансовою кризою людей? (Чому б не передбачити під час запланованих заходів чай з печивом для самотніх пенсіонерів, людей з особливими потребами, багатодітних і неповних сімей? Програма ж — гуманітарна.)

Основною помилкою ряду проектів є також те, що вони ставлять за мету лише проведення культурно-мистецьких подій та/або запровадження чи підтримку творчих і культурних практик, використовуючи стандартні форми роботи. В першу чергу такий проект не відповідає умовам конкурсу, який має на меті покращення діяльності закладів культури шляхом їх трансформування. По друге, культурно-мистецькі акції (наприклад, фестивалі, концерти тощо) чи творчі практики (творча самодіяльність, гуртова робота та ін.) можуть стати разовими заходами, оскільки без використання нових інструментів (благодійництво, волонтерство, вивчення попиту населення, фандрейзингових кампаній із залучення додаткових ресурсів тощо) не матимуть продовження у майбутньому, після завершення терміну реалізації проекту.

Окремі проекти із відхилених передбачали громіздку інформаційну

кампанію. (Загалом це дуже вітається). Проте, «інформувати громаду села через глобальну мережу Інтернет, обласні та районні ЗМІ»... Для чого так складно? І скількох селян можна у такий спосіб поінформувати, особливо, якщо йдеться про анонс (початок проекту), а не звіт про виконання? Чи не існує інших способів у селі зробити оголошення події більш доступним?

На жаль, попри наші очікування, лише одиниці проектів передбачали засобами творчості і аматорського мистецтва збір пожертв для вражених фінансовою кризою громадян. Це дуже прикро, тим більше що артисти-аматори проводять репетиції часто, щоб в кінцевому результаті показати 1 концерт чи виставу. Чому б не зробити серію? Чому б не влаштувати благодійні гастролі, збираючи пожертви від глядачів, щоб допомогти їх землякам, що потребують?

Прикро й те, що благодійність нерідко надто вульгарно сприймають. (Наприклад, як безкоштовний кіносеанс чи показ).

Благодійність — це не безплатне мистецтво. Швидше навпаки — дорожчі квитки, що крім окупності дійства (видовища) — можуть дозволити зібрати додаткові кошти/ресурси для допомоги нужденним.

Те, що має змінитися по завершенню Антикризової гуманітарної програми МФВ в галузі культури України, — це не лише інноваційні соціокультурні послуги, орієнтовані на потреби громадян, не лише осередки громадської активності, що є домом громадських ініціатив й організацій, а найголовніше — перехід до самоокупних форм діяльності, соціального підприємництва на користь громад і людей. І підходити до цього всього слід максимально відкрито і творчо.

Дуже сподіваюся, що проекти, які підтримані у першому турі, а згодом і другому турі конкурсу *«Трансформування закладів культури в осередки громадської активності та залучення творчих колективів до благодійництва»*, реалізують очікування Антикризової гуманітарної програми Міжнародного фонду «Відродження» та нашого донора — Інституту Відкритого Суспільства.

100 років волонтерства в Пласті



Дмитро КОЛЕСНИК,
голова Крайової пластової
старшини України

295792

години — саме стільки часу присвятили роботі з дітьми та молоддю волонтери Пласту протягом 2010 року (дані річного звіту Пласту-НСОУ).

З першого погляду, вражаюча цифра, але якщо замислитися — це всього лише 5-6 годин на тиждень для 1 волонтера. Використовуючи власну виховну і самовиховну систему, Пласт, як організація, вже протягом майже 100 років створює умови для залучення молодих людей до волонтерської роботи з дітьми.

Хоча волонтери в Пласті працюють не тільки з дітьми. І волонтерами в Пласті часто є вже далеко не діти...

«Я, пластовий сеньйор праці Степан Павлишин ... став дійсним членом Пласту і склав Пластову Присягу 15 жовтня 1994 року...

Моє життя склалося так, що весь час працюю з дітьми і юнацтвом, поскільки я за фахом педагог, вчитель математики і фізики з вищою освітою, закінчив

педагогічний інститут і на даний час маю понад 15-ть років стажу праці в Пласті з новацтвом і юнацтвом. Моя праця з новацтвом та юнацтвом здійснювалася не тільки на сходинах ройових, гурткових, а і на вогниках, ватрах, мандрівках, екскурсіях, іграх, а також і в таборах, де мені доводилося бути виховником, комендантом».

Так скромно пише про себе Степан Павлишин, який нещодавно, у листопаді 2010 року, відсвяткував свій 80-літній ювілей, але, незважаючи на поважний вік, вже протягом 15 років веде волонтерську роботу в Пласті.

Звичайно, середній вік волонтера в Пласті менший — 20-25 років, але більшість з них так само, як і друг Степан, проводять ігри, табори, вогники для дітей різного віку, присвячуючи цьому значну частину свого «вільного» часу. А один із засновників Пласту, Петро Франко, за твердженнями істориків присвячував весь свій час. «Захоплений справою, П.Франко готовий був віддати їй весь свій час, свої знання і вміння. Насамперед його цікавили ігри та тіловиховання як за-

соби для фізичного і інтелектуального розвитку молоді». На час заснування його першого пластового гуртка Петрові виповнився 21 рік (іншим засновником Пласту — Іванові Чмоли та Олександрові Тисовському — відповідно 20 і 25 років).

Попри те, що в Пласті волонтери проводять свою безпосередню роботу майже на постійній основі (виховники — щотижнево, інструктори — принаймні 2-3 рази на місяць), пластуни також долучаються до суспільних та соціально важливих проектів. Прикладів є достатньо.

У Львові 2006 року пластуни забезпечили 700 волонтерів під час святкування 750-річчя міста — унікальний випадок залучення такої кількості добровольців до підготовки одного заходу.

В Донецьку 2010 року пластуни виступили співорганізаторами обласної школи волонтера, до участі в якій залучили близько 150 молодих людей. Станом на кінець року близько третини з них в подальшому долучилися до окремих молодіжних проектів.

У серпні 2009 року на острові Хортиця лідер групи «Тартак» Сашко По-

ложинський та волонтери-ентузіасты із різних куточків нашої країни, озброївшись лопатами, грабарками, кирками та іншими інструментами, допомагали відбудовувати Запорізьку Січ. Серед волонтерів були представники різних громадських молодіжних організацій, в т.ч. Пласту.

Щороку перед Різдом Пласт підтримує європейську скаутську традицію, поширюючи Вифлеємський вогонь миру у всі регіони України. За власними підрахунками, 2009 року до акції було залучено рекордну кількість волонтерів — не менше 2400 осіб, переважно діти та молодь, які за власним бажанням запаливали вогник від свічки з Вифлеєму і заносили його в домівки своїх рідних, друзів, а особливо — в церкви, до дитячих притулків, сиротинців, дитячих садків та шкіл...

Насамкінець, зважаючи на наближення 2012 року, варто згадати про найновішу ініціативу Пласту: до 100-ліття українського скаутського руху започатковано проект «100 добрих справ» (<http://my.plast.org.ua/100sprav>) — тут є найширший майданчик для волонтерської діяльності, де кожен бажачий може знайти те, що він може зробити для суспільства. Долучитися до проекту може кожен!

В ЧОМУ Ж СЕКРЕТ УСПІХУ ПЛАСТУ?

Як громадська організація протягом 100 років може об'єднувати під своїм крилом тисячі добровольців, які віддають свою працю та час задля інших, не отримуючи за це жодної матеріальної компенсації?

Проаналізувавши багато складових, можна виділити декілька ключових, які й дозволяють сформувати цілісну картину успішного менеджменту.

1. **Правила, закони.** Засновники Пласту в далекому 1911 році, коли утворювалися перші гуртки, принесли в організацію те, що кожному з них було близьке: д-р Олександр Тисовський бажав створити організацію для молоді, яка буде дбати про їх всебічний розвиток; Петро Франко наполягав на фізичному розвитку тіла та гартуванні духа; а Іван Чмола, який за професією був військовим, звертав велику увагу на дисципліну. Так сформувалися в подальшому певні правила, закони та програма, яка є зрозумілою для всіх і вимагає від всіх перш за все праці над собою. Людина, яка приходить в Пласт, або приймає ці правила і стає членом організації, або не приймає, тому може бути лише прийателем організації. При цьому не залежно від віку, соціального статусу та статусу в організації правила є однакові для всіх і так само від усіх вимагають особистої відповідальності. Напевно, цей об'єднаний фактор і є ключовим, коли всі рівні, коли кожен знає, що від нього вимагається. Об'єднаним фактором є також форма (однострій), яка дисциплінує та створює особливу атмосферу — пластових дух.

Пластовий закон

- Пластун словний.
- Пластун сумлінний.
- Пластун точний.
- Пластун ошадний.
- Пластун справедливий.
- Пластун увічливий.
- Пластун братерський і доброзичливий.
- Пластун зрівноважений.
- Пластун корисний.
- Пластун слухняний пластовій старшині.
- Пластун пильний.
- Пластун дбає про своє здоров'я.

Пластун любить красу і дбає про неї. Пластун завжди доброї гадки.

Пластова присяга

Присягаюся своєю честю, що робитиму все, що в моїй силі, щоб
— бути вірним Богові й Україні,
— помагати іншим,
— жити за Пластовим законом і слухатися пластового проводу, в цьому мені Боже допоможи.

2. **Системна робота.** З волонтерами в Пласті працюють ті ж самі волонтери. Для цієї роботи є розроблені пластові програми (проби) та вмлості, які відрізняються по віку. Є система навчальних вишколів. Нікому не потрібно видумувати нового велосипеда, бо його вже придумали досить давно і той велосипед вийшов досить успішним. Виховна програма Пласту передбачає не лише інтелектуальний розвиток, але й фізичний, духовний, вміння жити в природі тощо. Протягом року відбуваються щотижневі заняття (сходини), мандрівки, фестивалі та змаги, а влітку — табори.

3. **Віра в ідеали та принципи.** Пласт — не звичайна молодіжна організація, це організація з ідеєю, яка виписана в Пластовій Присязі і для реалізації якої допомагає Пластовий Закон. Це є третім важливим фактором успіху. Якщо організація протягом часу свого існування кидається від однієї цілі до іншої, то можна передбачити, що кількість волонтерів, які будуть долучатися на тому чи іншому етапі — буде різною, при цьому це завжди будуть інші люди. Кожен шукає своє. Натомість Пласт пропонує одне, і за останні 100 років пропозиція лишається в силі©).

Детальніше про Пласт можна прочитати на Пластовому порталі www.plast.org.ua.





Вітаміни для дитинки

**Сергій СОШИНСЬКИЙ,
президент МБФ «Здоров'я
українського народу»**

Буває таке, що в Україні подеколи дорослі люди прагнуть зробити хорошу справу, наприклад: взимку передати дітям, які мешкають в інтернатах, дитячих будинках чи в малозабезпечених сім'ях, вітаміни для підвищення імунітету та профілактики

захворювань. Безперечно, справа добра! І всім, хто має такий намір (або кому захотілось так вчинити), буде вважатися, що шлях є доволі простим?! Автор цієї статті мав такі ж думки. Але реальність виявилась суворішою і зовсім не такою райдужною, якою здавалась здалека.

Кожен добродій бажає знати, де сидить бенефіціарій (той, хто отримує допомогу) і як до нього торкнутись так, щоб всім стало приємно: отримувач до-

помоги її отримав, а надавач допомоги, відповідно, надав без зайвого клопоту. Тобто треба: мати що передавати, мати кому передавати, знати шляхи, вміти вирішувати необхідні процедурні питання та мати для цього необхідні ресурси, як фінансові, так і людські. Послідовність виконання дій та наполегливість можуть привести до хорошого результату. Так, найголовніше, треба розуміти, для чого ти це робиш саме тут і тепер? Яку користь принесе твій намір зробити добрий вчинок? Після цього, як ти відповів собі на це питання, виваживши усі ризики — можна пробувати. Але розчарування все одне, частіше за всу, неминуче у такій спробі.

На початку грудня 2010 року від свого знайомого — працівника одного з провідних європейських виробників лікарських засобів, почув про те, що фармацевтичний дистриб'ютор «Артур-К», через невеликий проміжок часу, буде вимушений утилізувати близько 3500 упаковок відомих дитячих вітамінів «Кідді Фарматон» у зв'язку з тим, що термін придатності цього лікарського засобу, згідно з датою на упаковці та відповідних документів, закінчиться через 3 місяці.

Так як я більше 10 років свою кар'єру присвятив фармацевтичному маркетингу, то маю інформацію про майже всі вітаміни та їх властивості (а насамперед про одні із кращих та справжніх (це не реклама, це — моя думка©) —

«Кідді Фарматон»). Неодноразово чуючи від фахівців той факт, що вживання вітамінів взимку зміцнює імунітет і те, що до кінця терміну придатності лишилось достатньо часу (одна упаковка будь-яких вітамінів може бути вжита, в середньому, протягом, не більше як, від 14 днів до 1 місяця), я вирішив звернутись до дистриб'ютора з відповідним листом про благодійну/гуманітарну допомогу. Для реалізації цього задуму було підготовлено національний проект під гучною назвою «Мед Фарм Банк».

Історична довідка: декілька місяців перед тими подіями у моїй розмові з одним із знаних лідерів українського ринку благодійництва, Яковом Рогаліним, від останнього пролунала пропозиція почати співпрацю між Фондом «Доброта» та МБФ «Здоров'я українського народу» з метою залучення великої кількості виробників фармацевтичної продукції задля створення «фармацевтичного банку», який мав би перерозподіляти лікарські засоби, термін дії яких закінчується, серед неприбуткових організацій та інших некомерційних установ (місць позбавлення волі, дитячих будинків, будинків для престарілих тощо). Ця пропозиція базувалася на західних моделях продуктових банків та досвіді Фонду «Доброта» схожого проекту у м.Донецьку. Нерозв'язаним лишилось питання оплати послуг благодійним організаціям (вартість адміністрування) з боку комерційних компаній. На цьому вирішили зупинитися та подумати, як краще діяти для того, щоб і справу добру робити, і не втратити власний ресурс,

який при відсутності оплати за фінансування стає, по суті, одним із джерел отримання доходу виробниками та імпортерами лікарських засобів.

«Артур-К» — один із 10 великих дистриб'юторів українського ринку фармацевтики з річним обігом близько 350 млн. грн. із задоволенням пішов на зустріч Фонду «Здоров'я українського народу» та достатньо швидко, в межах проекту «Мед Фарм Банк» (ми навіть не очікували такої реакції) передав нам у вигляді благодійної (гуманітарної) допомоги 3352 упаковки вітамінів (документально), попередньо обговоривши умови доставки: тільки великі міста України. Тільки там, де швидко та надійна логістика.

Нарешті! Це сталося! Неймовірно! Від моменту проведення раптових переговорів до моменту отримання лікарських засобів потрібно було всього 4 дні! «Казки бувають, — думали ми тоді. Наївні...»

Ми отримали благодійну допомогу на суму в **143059,06** грн.! Всі документи, які тільки могли бути потрібними (а це: свідоцтво про реєстрацію лікарського засобу, сертифікат якості, а також накладна на передачу благодійної допомоги у вигляді вітамінів), були у порядку. Тепер треба було її розподілити. Почалась адміністративна та проектна робота.

Ще під час перемовин між нами та компанією «Артур-К» працівниками МБФ «ЗУН» було вирішено передати лікарські засоби дітям частково шляхом цільової допомоги, частково — через інші благодійні та громадські організації. Було складено перелік потенційних бенефіціаріїв та підрядників. Були



Ендавмент — раціональна благодійність

«Усе моє рухоме та нерухоме майно має бути перетворене у ліквідні цінності, а зібраний таким чином капітал — розміщений у надійному банку. Доходи від вкладів мають належати фонду, який буде щорічно розподіляти їх у вигляді премії тим, хто протягом попереднього року приніс найбільшу користь людству...»

*Із заповіту Альфреда Нобеля,
27 листопада 1885 року*

Так вчинив Альфред Нобель, який створив найвідоміший ендавмент у світі.

Ми створюємо ендавменти спільно з провідними банками для стипендій кращим студентам і викладачам, для потреб лікарень і університетів, для премій кращим фармацевтам і лікарям.

Приєднуйтесь! Створюйте ендавменти вже сьогодні!

Ваші гроші залишаться вашими, а дивіденди від ваших внесків будуть скеровані на розвиток освіти і зміцнення здоров'я українського народу.

*Сергій Сошинський,
президент МБФ «Здоров'я
українського народу»
www.healthup.org.ua*



Міжнародний благодійний фонд
Здоров'я українського народу



розміщені оголошення на сайті Фонду та на сайті РЦ «Гурт». Почалися телефонні спілкування та створення бази тих, хто мав отримати «вітамінки» для дитинки.

І тут сталося те, чого ніхто серед нас, не дуже й досвідчених фахівців з фандрайзингу, передбачити не міг: виявилось, що більшості установ м. Києва та області, які опікуються дітьми (дитячим садочкам, школам, інтернатам, дитячим будинкам), благодійні внески у вигляді вітамінів просто непотрібні! Працівники нашої організації провели біля телефону безліч зимових днів і були розчаровані відповідями, які лунали: «не потрібно», «що ми із цим будемо робити, ні!», «для чого нам ліки, краще гроші привезіть», «у нас — все в порядку» тощо.

Інша справа була по нашим зверненням до громадських та благодійних організацій України! Особливо, у наших зверненнях до НДО, нам допоміг Інтернет-ресурс «Гурт», за що ми йому дякуємо персонально...

Варто звернути увагу на досвід, який мали наші НДО-партнери в роботі з передачею благодійної допомоги у вигляді вітамінів для інтернатів.

У Рівненській області нам допомагала Фондація імені князів-благодійників Острозьких, відповідальний менеджер якої вирішила організувати роботу з передачі вітамінів правильно. Згоду на співпрацю ми отримали на початку грудня 2010 року. Вітаміни потрібно було передати максимум до середини січня 2011 року. Працівники Фондації звернулися до управління освіти Рівненської

ОДА з проханням надати список закладів інтернатного типу та порекомендувати, кому з них найбільше потрібні вітаміни, оскільки флаконів вітамін «Кідді Фарматон» було всього 300 шт., а дітей в інтернатах близько 2000. Натомість державні службовці довели свою нездатність не лише працювати оперативно, але й думати логічно, не говорячи вже про людські почуття. В результаті Фондація Острозьких отримала головний біль, оскільки їх посилали від однієї інстанції до іншої за різними листами, щоб зняти з себе відповідальність. Насправді, працівники управління самі готували листи і мали їх надсилати до управління охорони здоров'я, а потім до Рівненської державної обласної інспекції якості лікарських засобів, щоб ті, в свою чергу, підтвердили якісь та безпечність вітамінів, які планувалося передати. Цей процес відбувався настільки повільно, що коли працівники Фондації вирішували пришвидшити процес прийняття рішення вищевказаними інстанціями, то виявлялося, що до них це не дійшли ні листи, ні інші повідомлення від управління освіти. Але не це вразило найбільше, можливо, в них і справді так багато роботи, що ніколи займатися подібними питаннями, хоча в це мало віриться. Коли всі необхідні листи були на руках, заступник начальника управління освіти сказав, що він не знає, чи варто передавати для дітей ці вітаміни. Ці слова ніяк не співвідносяться з логікою чи людськими якостями. Дітям, чиїх батьків або вже немає, або вони алкоголіки чи наркома-

ни, благодійники хочуть надати взимку вітаміни чи не найкращої якості, а хтось, хто ніколи нічим їм не допоміг, приймає рішення — «не надавати». Вітаміни все-таки були передані для дітей в інтернатах Рівненщини. І лише після того, як це було зроблено, Фондація Острозьких отримала той конфіденційний список інтернатів Рівненщини з необхідними даними. І таке буває.

Деякі рекомендації щодо роботи з благодійною допомогою у вигляді вітамінів.

Якщо благодійний фонд має намір передати вітаміни чи будь-які інші речі для дітей, то краще передавати по акту прийому-передачі благодійної допомоги організовано на школу чи інтернат, а не індивідуально. Школа та інтернат цілково займаються з дітьми, які там навчаються, і мають право підтримувати їх та передавати для цих дітей допомогу. Вони мають всю інформацію про стан цих дітей та їх сімей. Натомість благодійний фонд має отримати необхідні документи на кожну дитину, а це: копія свідоцтва про народження, копія ідентифікаційного коду (якого в неповнолітніх дітей часто ще немає), свідоцтво про малозабезпеченість або копію свідоцтва про смерть батьків (для дітей-сиріт).

Насправді, за писаними та неписаними правилами благодійності, ми якраз зараз, із задоволенням, дякуємо всім тим, хто сумлінно та чесно підтримав цей проект! Дякуємо від щирого серця!

Особлива подяка — Якову Роголіну, керівнику Фонду «Доброта», за ідею, яка не тільки допомогла зробити добру справу, але й навчила нас робити її в подальшому якісно та відповідально.

Проект передачі вітамінів до різних установ, які так чи інакше підтримують чи формують благодійність в Україні, привів нашу організацію до розуміння, що треба створити Національний «МедФармБанк», в якому, в різний спосіб, буде збиратись інформація про лікарські засоби, вироби медичного призначення та обладнання, яке необхідно лікувально-профілактичним установам України, а також в який буде надходити все, що необхідне від виробників та постачальників. Будь-яка НДО, що буде мати бажання та яка відповідатиме критеріям партнеру «МедФармБанку» (критерії та умови будуть проголошені додатково) — зможе отримати відповідні товари та ліки для ЛПУ з метою їх передачі кінцевим бенефіціаріям.

Закликаємо всіх звертатись до «МедФармБанку», а також — формувати його!

Нехай усім щастить та буде вдвічі добре тим, хто про громаду дбає і робить добрі справи!

Зміцнення громад

БЛАГОПОЛУЧЧЯ УКРАЇНИ БЕРЕ ПОЧАТОК НА СЕЛІ

**Ірина КОБИЛЯНСЬКА,
PR-менеджер ХРБФ
«Зміцнення громад»**

Хмельницький регіональний благодійний фонд «Зміцнення громад» заснований 2 лютого 2010 року за ініціативи аграрної корпорації «Сварог Вест Груп», яка наразі залишається головним фінансовим партнером та донором.

Проводячи свою діяльність на теренах Хмельницької та Чернівецької областей, фонд поставив собі за мету стати ефективним інструментом посередництва між місцевими громадами та благодійниками задля того, щоб спільними зусиллями та ресурсами сприяти розвитку українського села.

Сьогодні під опікою фонду перебувають 230 сільських громад, а це близько 30 тис. сільського населення, яке є найбільш вразливим і потребує значних соціальних інвестицій. В розрізі соціальної інфраструктури це виглядає наступним чином: 83 заклади дошкільної освіти, 87 загальноосвітніх шкіл, 2 професійно-технічні училища, 100 сільських клубів та будинків культури, 75 сільських бібліотек, 97 сільських ФАПів, 87 церков, монастирів та духовних святинь тощо.

Основною програмою, яка реалізовується фондом, є Програма «З людьми і для людей». Її метою є згуртування сільських громад на територіях діяльності фонду навколо вирішення найбільш актуальних соціальних питань шляхом надання фінансово-матеріальної допомоги ініціативним групам, організаціям, колективам установ та залучення до співпраці бізнес-структур, органів місцевого самоврядування.

За перше півріччя дії програми підтримано близько 250 звернень та проектів, що стосувалися благоустрою сіл, ремонту та відновлення приміщень



соціальної сфери, закупівлі спеціального обладнання та меблів, комп'ютеризації закладів освіти, поповнення бібліотечних фондів, будівництва та відновлення церковних установ. Загальна сума виділених коштів становила 1 100 000 грн.

Допоміжною програмою фонду є програма під назвою «Сімейний затишок для сироти». Вона спрямована на надання фінансово-матеріальної допомоги для задоволення нагальних потреб вихованців спеціалізованих закладів, створення для них належних умов проживання, навчання та відпочинку, а також на підтримку дітей-сиріт, які знаходяться під опікою та потребують допомоги на лікування або задоволення інших життєво необхідних потреб.

Наразі фонд опікується близько 500 дітьми-сиротами віком від народження до 14 років п'яти закладів інтернатного типу. Ці заклади отримали благодійну допомогу на суму близько 100 тис. грн., зокрема, на ремонт кімнат проживання, закупівлю меблів у шкільні приміщення, побутову техніку, іграшки, візочки для немовлят, продукти харчування, солодкі подарунки.

Окрім головного фінансового партнера — корпорації «Сварог Вест Груп» — фонд активно співпрацює з міжнародними донорами, які дофінансовують проекти фонду. Зокрема, у березні 2011 року був підписаний Меморандум про співпрацю між Голландським християнським благодійним фондом «Оекгоє», аграрною корпорацією «Сварог Вест Груп» та ще 7-ма підписантами, що разом реалізовуватимуть проект по ремонту, переобладнанні та реконструкції будівлі Шепетівського районного центру соціальної реабілітації дітей-інвалідів «Оберіг». Вартість проекту — 500000 грн.

У травні укладено 3-сторонній Меморандум про співпрацю фонду з корпорацією «Сварог Вест Груп» та МФ «Відродження» у межах Антикризисової гуманітарної програми. Першим етапом такої співпраці стане проект «Зміцнення громад через відродження колективів художньої самодіяльності на селі», метою якого є реорганізація аматорських творчих колективів у осередки громадської активності.



Нові перспективи для бібліотек

**ПРАВИЛЬНО ОБРАНА СТРАТЕГІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ДАЄ
МОЖЛИВІСТЬ БІБЛІОТЕЦІ БУТИ УСПІШНОЮ,
А ГОЛОВНЕ – ПОТРІБНОЮ ЛЮДЯМ**

**Л. РОМАНОВИЧ,
завідуюча організаційно-
методичним відділом ЦРБ,
координатор програми
«Бібліоміст»
у Млинівському районі**

Перемога Млинівської централізованої системи публічно-шкільних бібліотек Рівненської області у конкурсі проектів «Організація нових бібліотечних послуг з використанням доступу до Інтернету» в рамках програми «Бібліоміст» це ще раз підтверджує.

В ході реалізації проекту бібліотечна система отримала комп'ютерну техніку на суму 70 тисяч гривень. В районі обладнані і працюють 6 Інтернет-залів для жителів Млинова та сіл Підгайці, Довгошії, Пугачівка, Бокійма, Малі Дорогостаї, які значно краще задовольняють інформаційні потреби місцевого населення. До цієї справи долучилися

районна державна адміністрація, районна та сільські ради, загальноосвітні навчальні заклади, приватні підприємці, депутати, бібліотекарі. Для створення Інтернет-залів було використано державних, спонсорських та благодійних коштів на суму 59,6 тис. грн.

Безкоштовний Інтернет та нові бібліотечні послуги привернули увагу людей різних соціальних прошарків та різного віку, особливо дітей, молоді, працівників соціально-культурної сфери, пенсіонерів.

Для того, щоб робота Інтернет-залів велася предметно і цілеспрямовано, було введено штатну одиницю системного адміністратора та бібліотекаря-консультанта в ЦРБ, створено рекламні буклети, проведено інформування населення. Проведено презентації Інтернет-залів, в яких взяли участь керівник відділу інформаційних технологій програми «Бібліоміст» Джон Ву, регіональний представник програми «Бібліоміст»

Оксана Краплич, заступник директора Рівненської державної обласної наукової бібліотеки Раїса Щербан, голова Млинівської районної ради Валерій Шинкар, заступник голови Млинівської райдержадміністрації Анатолій Смалко, представники ЗМІ, спонсори та благодійники.

Внаслідок проведення індивідуальних та групових навчань, консультацій користувачі набули практичних навичок самостійної роботи на комп'ютері та в мережі. Учні шкіл використовують Інтернет-ресурси для поглиблення знань із різних предметів, щоб дізнатися про актуальні музичні та спортивні новини, поспілкуватися зі своїми ровесниками з різних куточків країни та світу. Педагогічні працівники шукають в Інтернеті передовий досвід колег, мультимедійні уроки, додаткову інформацію та матеріали на допомогу навчально-виховному процесу. В зв'язку з тим, що підручників для 10-х класів було недоотримано,

бібліотеки зайшли на сайт Міністерства освіти і видавали їх електронну версію. Користувачі бібліотек отримують доступ до електронних повнотекстових баз даних, творів сучасних українських та зарубіжних письменників. Сучасні комп'ютери, принтери, сканери, якими оснащені наші бібліотеки, сприяють творчому розвитку дітей та молоді. Впровадження вільного доступу до Інтернету дало можливість користувачам ширше використовувати пошукові системи, електронні каталоги та покажчики, електронну пошту.

Інтернет-зал ЦРБ — база для навчання не тільки молоді, а й бібліотечних працівників району. Вони пізнають секрети користування Інтернет-ресурсами під час практикумів та тренінгів.

Жителі сільських громад отримали можливість за допомогою Інтернету купувати та продавати, обмінюватися досвідом роботи. Користувачі Малодорогостаївської та Бокіймівської публічно-шкільних бібліотек відвідали інтернет-аптеки та інтернет-магазини і придбали ліки та імпортний одяг. Завдяки Інтернету млинівські підприємці придбали елітне насіння пекинської капусти фірми «Бейо Заден», нові бджолині сім'ї із Закарпаття, фермер із села Довгошії — нові породи шиншил зі Львова. Користувачі бібліотек знайшли в Інтернеті життєво необхідну інформацію: як вивести грибок зі стін будинку, як легко та швидко кинути палити, де найдешевше придбати телевізор і пральну машину, найновіші моделі мобільних телефонів, як зареєструватися у телепрограмі «Жди мене» та «Без мандата» тощо. Спілкування за допомогою програми Skype дало змогу користувачам віртуально зустрітися зі своїми родичами, друзями в різних країнах світу: Росії, Італії, Португалії, Польщі, Чехії, Німеччині. Наречена Алла Мельничук з села Малі Дорогостаї за допомогою Інтернету зуміла розшукати і запросити на весілля своїх хрещених батьків, які мешкають у місті Сакраменто в Америці. У публічно-шкільній бібліотеці с. Довгошії бібліотекар допомогла знайти інформацію про оформлення документів та отримати спадок в Росії, про додаткову відпустку багатодітним матерям, пільги чорнобильцям та інше.

Для задоволення запитів користувачів використовуються різноманітні сайти та соціальні мережі. Наприклад, до Дня вчи-

теля у Довгошіївській бібліотеці, крім сценаріїв свята, було виготовлено цікаві листівки з портретами вчителів за допомогою фотофонії — photophonia.com.ru.

Завдяки Інтернету відкрилося вікно у світ для людей з особливими потребами. В Інтернет-залі Млинівської центральної районної бібліотеки було підготовлено і видано першу збірку літературних творів Тетяни Онишук «Надія є, надія завжди буде», презентація якої стала найважливішою подією в житті юної літераторки. Користувачі ЦРБ брали участь в он-лайн форумах, присвячених Дню молоді, Міжнародному дню інвалідів.

Велику роль в оновленні книгозбірень відіграють їх працівники. Бібліотекарі, пройшовши навчання у Рівненському тренінговому центрі, беруть участь у Skype-конференціях та Інтернет- нарадах, проводять віртуальні екскурсії, подорожі, віртуальні уроки.

Інтернет-зали наших бібліотек є важливим і доступним каналом розповсюдження правової інформації. За допомогою інформаційно-пошукової системи «Законодавство», «Ліга. Закон» бібліотекарі надають населенню широкий спектр послуг. Це інформаційні

послуги: пошук і добір нормативно-правових актів із електронних баз даних, видача різних довідок, віртуальних правових консультацій. Крім того, надаються додаткові сервісні послуги: копіювання на дискети, CD-ROM, флеш-пристрої, ксерокопіювання, сканування тощо.

Цікаве та змістовне інформаційне наповнення веб-сайту ЦРБ є запорукою успіху закладу. Наш веб-сайт

(www.mluniv.org) відвідують жителі різних країн: Польщі, Чехії, Італії, Ізраїлю, Іспанії, Китаю, Індії, Болгарії, Росії, Америки тому, що там висвітлюється література, історія, новини та події краю, літературно-краєзнавчий календар, віртуальні виставки книг та творів ужиткового мистецтва млинівчан.

Хоча технічний потенціал Інтернет-залів покищо невеликий — всього два-три комп'ютери, але це значно розширило інформаційні можливості книгозбірень. Кількість користувачів постійно зростає, серед них є й такі, хто прийшов до бібліотеки вперше.

Інтернет-зали існують ще небагато часу, та у їх працівників вже багато планів та задумів. Основні із них — це залучення нових користувачів, створення віртуальної галереї творчих робіт обдарованих млинівчан та учнів і вчителів художньої школи, створення бібліотечних медіа-центрів, блогів, мультимедійних презентацій, краєзнавчих електронних ресурсів тощо. Сподіваюсь, що перемога у конкурсі проектів програми «Бібліоміст» — це перший великий крок на шляху оновлення бібліотек Млинівщини.



Skype у селах

**Руслана АРТЕМЧУК,
завідуюча відділом автоматизації
бібліотечних процесів
Сарненської ЦРБ**

У вересні 2010 року чотири бібліотеки Сарненської централізованої системи публічно-шкільних бібліотек почали надавати читачам безкоштовний доступ до Інтернету в рамках програми «Бібліоміст», яка успішно впроваджується за підтримки Міністерства культури і туризму України, громадських організацій США і України при фінансуванні Фондації Білла і Мелінди Гейтс.

Загалом переможці отримали 15 комп'ютерів із програмним забезпеченням, 4 принтери, 4 сканери та 4 комплекти мережевого обладнання. Кожен комп'ютер укомплектовано веб-камерою, навушниками з мікрофоном та сучасним програмним забезпеченням, що дає можливість використовувати відеозв'язок за допомогою програми Skype.

Основні завдання створених бібліо-інтернетів — упроваджувати нові бібліотечні послуги з використанням вільного доступу до всесвітньої мережі, сприяти позитивному розвитку бібліотек.

Впровадження програми було б неможливим без сприяння влади: районної державної адміністрації, відділу культури і туризму райдержадміністрації, сільських голів Немович та Костянтинівки, селищного голови Клесова, приватних підприємців, газети «Сарненські новини», на шпальтах якої неодноразово висвітлювався перебіг подій пов'язаних з конкурсом.

Користування Інтернет-ресурсами

є безкоштовним, а також доступним всім користувачам незалежно від їх соціального статусу. В новостворених центрах надаються консультації, проводяться групові та індивідуальні навчання, для студентів та учнів робимо підбір матеріалу для рефератів, семінарських занять та курсових робіт. Постійними користувачами є також і вчителі, які мають можливість не тільки знайти нові матеріали на уроки, а також й провести віртуальний урок або виховну годину. Основний контингент користувачів становить молодь, яка наразі мало де задіяна або не має роботи.

Споживачами нових бібліотечних послуг є не тільки учні, студенти та молодь, але й люди похилого віку, яким цікаво знати, як це воно «набрав запит і відразу ж подається за долю секунди відповідь». А з часом самі вчать потроху і працюють самостійно.

Дуже популярною формою спілкування між людьми, які живуть на відстані, стали Скайп-спілкування. Користувачі бібліотеки, а особливо це люди похилого віку, які не мають вдома комп'ютерної техніки, приходять до бібліотек, знаходять свої родичів і спілкуються з ними через Скайп-зв'язок.

Сарненська центральна районна бібліотека протягом 2010 року взяла участь у Скайп-конференціях та форумах, які проводилися на базі відділу автоматизації бібліотечних процесів:

16 липня 2010 року відбувся обласний молодіжний Інтернет-форум «Думки ровесників суверенітету» (до 20-ї річниці проголошення Декларації про державний суверенітет України). У форумі взяла участь молодь Сарненщини. Обговорен-

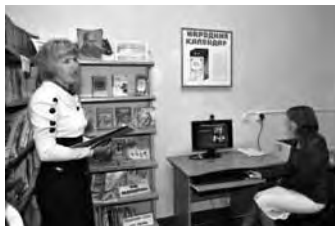
ня відбувалося в Інтернет-форумі, за допомогою електронної пошти та Скайп-спілкування. Учасники спілкування були поділені на 3 групи. Кожна група окремо висловлювала свої думки щодо питань суверенітету України.

До Міжнародного дня інвалідів 2 грудня, РДОБ в партнерстві з Головним управлінням праці і соціального захисту населення проводили інтерактивний форум, присвячений соціальним проблемам людей з інвалідністю. Працівники книгозбірні до участі у форумі залучили користувачів бібліотек та мешканців району з інвалідністю, у результаті чого ті мали можливість поспілкуватися з провідними спеціалістами вищезазначеного управління.

17 грудня відбулося методичне консультування з Рівненською державною обласною бібліотекою за допомогою Skype.

Сарненська книгозбірня є учасником програми сприяння Парламенту ІІ. При книгозбірні з вересня 2010 року почав діяти Пункт доступу громадян (ПДГ) до інформації, де жителі місцевої громади мають можливість отримати інформацію органів державної влади та дізнатись, яким чином можна долучитись та впливати на законодавчий процес. 6 — 9 грудня Дорошко Марія Леонідівна, бібліограф Сарненської ЦРБ, відвідала «Тренінг для тренерів» Програми сприяння Парламенту ІІ, який проходив у м. Буча (Київська обл.).

Бібліотекарі нині у своїй роботі вміло застосовують новітні технології. А бібліотеки по праву вважають інформаційними, культурно-просвітницькими та дозвілєвими центрами.



Як було і куди рухаємося...

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НЕПРИБУТКОВОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ

**Огляд Інституту лідерства
та управління Українського
католицького університету**

Останніми роками дослідженню діяльності неприбуткових організацій (НПО) в Україні приділяється досить велика увага. І не дарма, адже на них покладено обов'язок створення особливого виду соціальної взаємодії, тобто того пласту суспільства, що розташований між урядом та приватними господарствами, де взаємодіють асоціації, соціальні рухи та неприбуткові організації, і який демонструє високий рівень суспільної самоорганізації.

Зважаючи на зростаючу роль НПО у формуванні громадянського суспільства, існування якого опинилося під загрозою зі зміною політичної влади в нашій державі, Інститут лідерства та управління Українського католицького університету спробував дати оцінку минулого та спрогнозувати майбутнє НПО України.

До 2000 року громадські і благодійні організації наросували свою активність. Цьому сприяла значна підтримка з боку міжнародних донорів, які жваво фінансували проекти, спрямовані на розвиток демократії і посилення громадянського суспільства. Критична маса активних громадських дій спричиняла динамічні суспільні новації й сприяла просвіті громадян. Результатом цієї просвіти стало критичне сприйняття суспільно-політичних процесів, пов'язаних із гальмуванням демократії й вільного ринку, в якому своє місце мав зайняти малий і середній бізнес.

Більше того, щойно створений клас приватних підприємців, який почав стрімко розвиватися після 2000 року, активно зливався з неприбутковими організаціями, оскільки перетворився, де-факто, у форму виплати заробітної платні громадським діячам із суттєвим зменшенням податкового тиску на особу, що отримала шанси підвищити рівень власних доходів. Громадські лідери, що пройшли загартування буремних

90-х (вже минулого ХХ століття), стали більш досвідченими і впливовими, добре організованими й матеріально забезпеченішими.



Олександр Вінніков, Мережа розвитку європейського права

Все це, поряд з намаганнями держави в особі президента і керованого ним уряду й парламенту посилити жорсткість владної централізації, призвело до історичних подій, названих Помаранчевою революцією. Не секрет, що саме громадські активісти, підтримані малим і середнім бізнесом, а також опозиційними партіями, що критично ставилися до спроб посилення одноосібного режиму президентського правління, стали основою зміни влади, що відбулося у 2004-2005 роках. Цей час і події стали переломним моментом, коли громадська активність стрімко почала знижуватися, а неприбуткові організації занепадати.

Цьому сприяло кілька факторів:

1. Місія значного числа неприбуткових організацій вичерпалася, оскільки на той час її було досягнуто — демократія взяла верх, громадянське суспільство продемонструвало свою зрілість. Мало хто переглядав місію на предмет критичного ставлення до нового складу влади, що призвело у подальшому до девальвації демократичних цінностей.

2. Значна частина досвідчених лідерів

покинули третій сектор і перейшли у політично-владні інституції та бізнес, не здійснивши належної ротації і не залишивши фінансових резервів для НПО.

3. Більшість міжнародних донорів припинили фінансову підтримку громадського сектора і згорнули свої програми, а системи залучення місцевих ресурсів НПО сектор України не розвивав.

Звертаючись до фінансових тенденцій неприбуткового сектора за останні 10 років, Олександр Вінніков зазначив, що попри зростання доходу НПО в абсолютних цифрах, їх частка в валовому внутрішньому продукті скоротилася з 1,55% в 1999 році до 0,78% в 2009 році. Це означає, що бізнес, уряд і споживачі працюють ефективніше, тому що більше інвестують у свій майбутній розвиток: частка капітальних вкладень у загальних витратах НПО не перевищує 2-4%.

Невпинно зменшувалася частка благодійних внесків у доходах НПО: з 72-75% у 1999-2000 роках до 42-44% у 2008-2009 роках. Як у більшості країн, що розвиваються, основним джерелом доходу неприбуткових організацій України стали членські внески і продаж послуг (самостійно або через дочірні підприємства): їх частка зросла, відповідно з 10-12% до 50-52%.

НПО України дедалі більше ресурсів отримують із внутрішніх джерел: якщо раніше іноземні гранти і гуманітарна допомога складали не менше половини доходів неприбуткових організацій, то тепер частка всіх іноземних джерел не перевищує 22-23% загального доходу.

ДО ЧОГО ЦЕ ПРИЗВЕЛО?

До того що сталося. Сектор громадських організацій девальгувався разом з помаранчевою владою, не залишивши жодних резервів для відновлення.

В результаті у 2010 році до влади прийшла політична сила, котра швидко і впевнено повернула Україну до початку 2000-х у сенсі жорсткої владної централізації, без огляду на кволю громадську думку і знесиленого політичного

опору вчорашньої владної коаліції, що стала непомітною опозицією.

У поєднанні обставин, пов'язаних зі Світовою фінансовою кризою, зростаючим впливом олігархів і залежності невеликих ЗМІ, жорстка владна позиція щодо проявів критичного мислення (це доводять арешти лідерів підприємницького спротиву змінам у податковому законодавстві) призведе до загострення думок і як наслідок підйому громадської активності.

Це значить, що безробітні чиновники та збанкрутілі підприємці, вихідці з третього сектора, змушені будуть повернутися до громадсько-політичної діяльності, але починати роботу доведеться майже з «нуля». І якщо міжнародні донори не надаватимуть фінансової підтримки громадським ініціативам, то в найближчому майбутньому їх місце займе українська влада, підтримуючи лише соціальні та інфраструктурні проекти провладних «квазі-демократичних» НПО.

Враховуючи останні тенденції, поєднання неприбуткового статусу і господарської діяльності в Україні стає більш проблематичним з урахуванням нового Податкового кодексу. Очевидно, посиляться роль соціального підприємництва і дочірніх підприємств НДО.

Врегулювання процедур державного фінансування проектів НДО та закупівель їх соціальних та консультативних послуг входить у порядок денний уряду і законодавчої влади.

Податкові стимули для донорів НПО в Україні є найменшими у Європі, тому пересічний українець жертвує таким організаціям до трьох євро на рік. До



Тарас Тимчук, Ресурсний центр «ГУРТ»

прикладу, пересічний німецький бюргер може пожертвувати (без податків) до ста тисяч євро на рік. Розширення податкових стимулів та, можливо, відсоткової філантропії, має допомогти посиленню ресурсної бази неприбуткових організацій.

Також однією з основних проблем,

яка стоїть на заваді ефективного впливу інститутів громадянського суспільства на процеси трансформації України у європейському напрямку, за словами Тараса Тимчука з ресурсного центру «ГУРТ», є відсутність розвиненої комунікаційної інфраструктури громадянського суспільства, що включала б у себе: професійні і привабливі новини, аналітичні ресурси, продукти та сервіси, канали міжсекторної комунікації, системі інституційної пам'яті та базу знань громадянського суспільства.

«Разом з тим, — зазначив Тарас Тимчук, — прототип комунікаційної інфраструктури громадянського суспільства вже існує сьогодні у вигляді хаотичної сукупності інформаційних ресурсних порталів (civic.ua, ngo.donetsk.ua), комунікаційних майданчиків (gurt.org.ua), груп у соціальних мережах (facebook, twitter, vkontakte), які динамічно розвиваються і які виконують важливу функцію — створення доступу до суспільно корисної інформації, але не сприяють розвитку публічних дискусій у секторі. Багато представників ІГС не бачать корисності і не вміють використовувати навіть ту інфраструктуру, яка вже є в наявності, що впливає на помітність ІГС, ефективність їх взаємодії з іншими секторами. Причини цього явища здаються очевидними, однак достатньою мірою не вивчаються».

ЧИ Є ТУТ МІСЦЕ ДЛЯ ОПТИМІЗМУ?

Руслан Краплич (директор Антикризової програми МФ «Відродження») вважає: «Суспільство ХХІ століття є відмінним від попередніх історичних фаз, що минули. Суспільство змушене буде поступово повертатися від домінуючих монетарних, економічних цінностей, що вимірюються ціною, до базових людських цінностей. І немалю роль у цьому буде відігравати спілкування, що формує спільноти. Змінилися стосунки між роботодавцями і найманими працівниками, коли останні мають вибір і більше свободи. Це так само означає, що якщо десь у Світі існує краща модель суспільного буття — дуже швидко вона буде перенесена туди, де про неї починають мріяти. Наші вчинки будуть продиктовані рішеннями і моделями поведінки, які ми переймаємо з віртуального простору, який починає займати все більше місце у житті сучасної людини. Вже сьогодні більше 10000000 українців проживають щодня не менше 1



Руслан Краплич, Антикризова гуманітарна програма МФ «Відродження»

години часу у віртуальному житті».

Тарас Тимчук спрогнозував, що на найближчу перспективу, можна сказати, що на розвиток громадянського суспільства все більш активно впливатимуть нові технології. Вони пришвидшуватимуть процеси, сприятимуть більшій прозорості як діяльності ІГС, так і помітності їх результатів. Це вимагатиме від лідерів НПО нових навичок, компетенцій і постійної роботи над собою.

Суспільство стає більш відкритим і може критично мислити, сприймати дійсність та змінювати життя на краще. Активними гравцями на полі суспільного життя є неприбуткові недержавні організації, бо вони діють там, де виникають проблеми і залишаються незабезпечені потреби громадян. Адже саме НПО об'єднують свідомих, активних і відповідальних громадян. З огляду на тенденції останніх років майбутнє є за тими неприбутковими організаціями, які чітко усвідомлюють свою місію та мету. Лише навколо певних цінностей можна згуртувати людей та залучити соціально-відповідальний бізнес до підтримки неприбуткових програм.

«Якщо громадські лідери подбають про формування такого Громадянина — життя українців стане кращим і більш наповненим ціннісним сенсом. Можна ризикнути припустити, що все більше і більше громадських і благодійних організацій буде зближуватися з церквою. Тому що ідея служіння «Громаді» понад власне «Я» залишається далеко невечерпаю. І такою, котра продовжує надихати», — наголосив Руслан Краплич.



Інститут
лідерства та
управління

Інститут лідерства та управління УКУ вдячний за сприяння у підготовці матеріалу Руслану Крапличу, викладачу та члену Дорадчої ради Інституту, Олександрі Віннікову та Тарасу Тимчуку — викладачам програм Інституту.

ЕКОНОМЛЯЧИ – ДОПОМАГАЄМО БІДНИМ

ЗВІТ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ПРОЕКТУ «ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНИХ ЗНИЖОК»

Віктор ПРАЖМОВСЬКИЙ,
керівник проекту «Економлячи – допомагаємо бідним»

У попередніх числах «Вісника благодійництва» ми розповідали про проект «Економлячи – допомагаємо бідним», який реалізовує Фондація імені князів-благодійників Острозьких за фінансової підтримки Міжнародного фонду «Відродження» і передбачає розширення території дії системи соціальних знижок на 6 районних центрів Рівненської та Волинської областей. Паралельно з діяльністю, передбаченою проектом, відбувається залучення нових партнерів, котрі надають знижки власникам карток у Рівному. Так, станом на 31 березня 2011 року в Рівному знижки надають 120 торгових точок. Є навіть одна комерційна структура з м. Луцьк – дизайн-студія «Ератант», представники якої самі звернулися до Фондації Острозьких і уклали договір про надання знижок. Процес підписання договорів про надання знижок комерційними структурами триває. Наразі створено власний сайт системи соціальних знижок <http://www.mnogocard.com.ua>, де на сторінці «Каталог знижок» оперативно розміщуються нові торгові точки, які уклали договори про надання знижок. Було проведено попередні переговори з міською владою та громадськими організаціями щодо впровадження системи соціальних знижок в Луцьку. Впровадження системи соціальних знижок у м. Шепетівка (Хмельницька область) зацікавилися представники корпорації «Сварог Вест Груп», котра

відома своїми соціальними проектами. Завдяки книзі «Система соціальних знижок – виграють усі», цією благодійною програмою зацікавилися громадські організації Івано-Франківська, Ужгорода, Чернівців і Львова. А завдяки фінансуванню Карпатської фундації розпочинається введення її в дію у цих містах.

КОРОТКО ПРО ПЛАН ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНИХ ЗНИЖОК І СОЦІАЛЬНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ

ПАРТНЕРИ

Першими партнерами благодійної програми «Система соціальних знижок «Многокартка» найчастіше стає Центр зайнятості. Адже з числа безробітних відбувається набір перших волонтерів, які після проходження одностороннього навчання – отримують промоційні брошури і бланки договорів про знижки, з якими звертаються до власників магазинів і сервісних установ.

Окрім безробітних, до числа волонтерів долучаються й представники інших громадських і благодійних організацій.

Практика показала, що близько 20-25% волонтерів із числа безробітних, задіяних у кампанії збору знижок – працівників підприємств, до яких зверталися в межах благодійної програми (і від яких досягають позитивного результату).

Таким чином, у м. Рівне та шести

районних центрах протягом 2009-2010 рр. волонтери відвідали понад 1000 магазинів і сервісних інституцій, уклали майже 200 договорів про знижки на товари і послуги. У ході цієї кампанії працювалося не менше 16 осіб, які шукали роботу.

Іншим партнером, який активно сприяє у роботі благодійної програми, є Управління праці та соціального захисту населення. Саме це управління опікується малозабезпеченими, оскільки уповноважено це державою. За його допомогою, і на його базі, найчастіше відбувається публічне вручення безкоштовних соціальних дисконтних «Многокарток» найбільш вразливим групам громадян. За час існування благодійної програми Фондація імені князів-благодійників Острозьких передала понад 2000 безкоштовних соціальних дисконтних карток у Рівному, Дубно, Здолбунові, Сарнах, Костополи, Ковелі.

Подібну діяльність змогли взяти на себе Центри соціальних служб молоді, профспілки, громадські й благодійні організації, що опікуються багатодітними сім'ями, інвалідами, сиротами, самотніми пенсіонерами поважного віку й іншими соціально-вразливими громадянами.

СПОНСОРИ

Будь-яка доброчинна діяльність, в тому числі система соціальних знижок, потребує фінансових ресурсів. Саме тому, одним із перших завдань координатора програми є залучення спонсорів, які зможуть здійснити її стартову підтримку. З кожним із

фінансових партнерів ми маємо укласти спонсорський договір, відповідно до спонсорського пакету. Спонсор – це особа, яка матеріально підтримує будь-яку діяльність без одержання від неї прибутку з метою популяризації винятково свого імені (назви), торгової марки.

Робота зі спонсорами передбачає більш ретельної підготовки, ніж лист-прохання благодійної допомоги. Для того, щоб пояснити спонсору, на що він повинен дати гроші, необхідно підготувати спонсорський пакет, який складається з набору документів.

Спонсорський пакет може бути достатньо об'ємним. Все залежить від масштабу нашого проекту та фінансових можливостей потенційних спонсорів.

В ідеалі спонсорський пакет повинен відображатися в трьох блоках:

По-перше (Блок 1), Коротка, але вичерпна інформація про акцію (проект) та організаторів.

По-друге (Блок 2), Ціна проекту та статті видатків.

По-третє (Блок 3), Медіа-план.

Спонсорські кошти є дуже перспективним джерелом фінансування проектів громадських організацій та благодійних фондів. Розглядаючи спонсорський пакет, будь-яка компанія хотіла би знати, як гроші будуть витрачені, тому необхідно розробити детальний бюджет заходу.

Таким чином, спонсорський пакет являє собою повний набір юридичних, творчих, програмних, фінансових документів, які забезпечують необхідний ефект проекту, заходу (акції, організації), що спонсорується. Звісно, що розпочати пошук спонсорів варто саме із медіа-спонсорів, тобто засобів масової інформації чи рекламних агенцій.

ІНФОРМАЦІЙНА КАМПАНІЯ

Публічна передача благодійних дарунків, якою є картка знижок, є найкращим способом поінформовання про добру справу. Разом з цим, слід добре розпланувати та якісно втілити інформаційний супровід благодійної програми.

З цією метою плануються інформаційні приводи, які формують медіа-план. Дуже добре, якщо цей план буде прописано у відповідних договорах з інформаційними партнерами та спонсорами. Тому надзвичайно важливо залучити до співпраці інформаційних спонсорів, які будуть забезпечувати повне і об'єктивне висвітлення кожного з етапів програми. З кожним із інформаційних

спонсорів необхідно укласти (і стежити за виконанням) договір про інформаційне спонсорство чи інформаційне партнерство.

Враховуючи, що у місті Рівне мешкає близько 250.000 громадян і в ньому функціонує близько 20 ЗМІ, до участі у програмі в якості інформспонсора було долучено не менше 10 газет, радіо й телеканалів, а також кур'єрські служби доставки і компанії зовнішньої реклами. Найбільшим із них є місцевий «медіа-холдинг» – Видавничий дім «ОГО», до якого входять: газети «ОГО» та «Рівненська газета» (з численними додатками), кур'єрська служба, друкарня, веб-портал і телеканал «Рівне 1».

У містах більших, де у майбутньому впроваджуватиметься соціальний дисконт – відповідно більшим має бути медійне охоплення. Адже система соціальних знижок передбачає не лише висвітлення подій, а й здійснення економічної просвіти мешканців міст. Саме тому інформаційна складова є найважливішою у ході впровадження соціального дисконту у кожному окремому місті.

ВОЛОНТЕРИ

Успішне виконання будь-якої програми залежить від особи, яка координуватиме, управлитиме діяльністю. Перед початком дій важливо запросити до роботи велику кількість волонтерів. Передусім, координатор благодійної програми має знати, що саме від нього очікує благодійний фонд. Тому, одразу після оголошення конкурсу на посаду керівника проекту/програми, слід провести співбесіди з претендентами й обговорити можливості виконання систематичних дій, кожна з яких повинна привести до досягнення конкретних кількісних і якісних результатів.

З відібраним кандидатом важливо скласти посадову інструкцію. Ця інструкція не повинна мати нічого спільного з посадовими вимогами до працівників, які існують у більшості господарюючих суб'єктів для перевіряючих інспекторів праці. В нашому випадку, посадова інструкція виглядає інакше.

Координатор є відповідальним за усю діяльність, яка виконується офісом (сервісним центром) системи соціальних знижок (дисконту).

Але, як відомо, одній людині не подужати усіх справ, які покладаються на сервісний центр. Тому, після залучення координатором перших спонсорів із числа зацікавлених бізнесменів або донорів, – він рекрутує кількох помічників-волонтерів: відповідального за зв'язки із ЗМІ та

громадськістю й соціального маркетингу, дистриб'ютора дисконтних карток і каталогів, які містять рекламу спонсорів і фінансових партнерів благодійної програми, а згодом і бухгалтер (з частковою зайнятістю). Залученим волонтерам делегується частина повноважень для виконання певної роботи і також складається посадова інструкція.

Волонтери проходять три фази розвитку. Перша – волонтер-стажер – це той, хто вивчає, чим займається фонд, читає звіти, знайомиться з персоналом та офісом, з різними благодійними акціями та активними проектами. Згодом він заповнює анкету волонтера та дає свою згоду на виконання завдань в рамках діяльності фонду.

Друга фаза розвитку волонтерів – волонтер, що працює постійно. До цієї категорії належать ті молоді люди, котрі визначились з напрямом роботи. Працюють вони за графіком або й повний робочий день. Зрозуміло, що вони не є ще працівниками. Приблизно два місяці волонтери проходять випробувальний термін, допоки почнуть виявляти власну професійну активність.

Третя фаза – це волонтери-координатори. Вони, зазвичай, мають свою ідею чи власний проект. Такий волонтер самостійно планує та виконує проект, а також залучає інших волонтерів до праці. Зрозуміло, що під професійним супроводом і консультуванням.

Головне заохочення для волонтера – **можливість самореалізуватися. Якщо людина хоче проявити себе, а організація пропонує їй досягнути цього через допомогу іншим людям, то це приносить багато щастя усім.**

Саме волонтери, пройшовши відповідну підготовку, зокрема семінар з ведення ефективних переговорів, здійснюють значну частину роботи – підписують договори з бізнесом про участь у системі соціальних знижок. Для збільшення ефективності роботи волонтерів, тренерами Фондації Острозьких було розроблено семінар «Впровадження системи соціальних знижок». В рамках семінару учасники отримують знання з основ ведення переговорів, навички ведення переговорів та досягнення результату.

Після проходження навчання, волонтери розпочинають роботу по залученню партнерів з формування бази даних торгово-сервісних установ міста. Ця інформація, зазвичай, є у відкритому користуванні як в мережі Інтернет, так і в друкованих виданнях. Тому скласти таблицю з інформацією про кілька сотень підприємств не є

особливою проблемою. Важливо мати телефони цих установ – для прискорення комунікацій.

ПЕРЕГОВОРИ З БІЗНЕСОМ

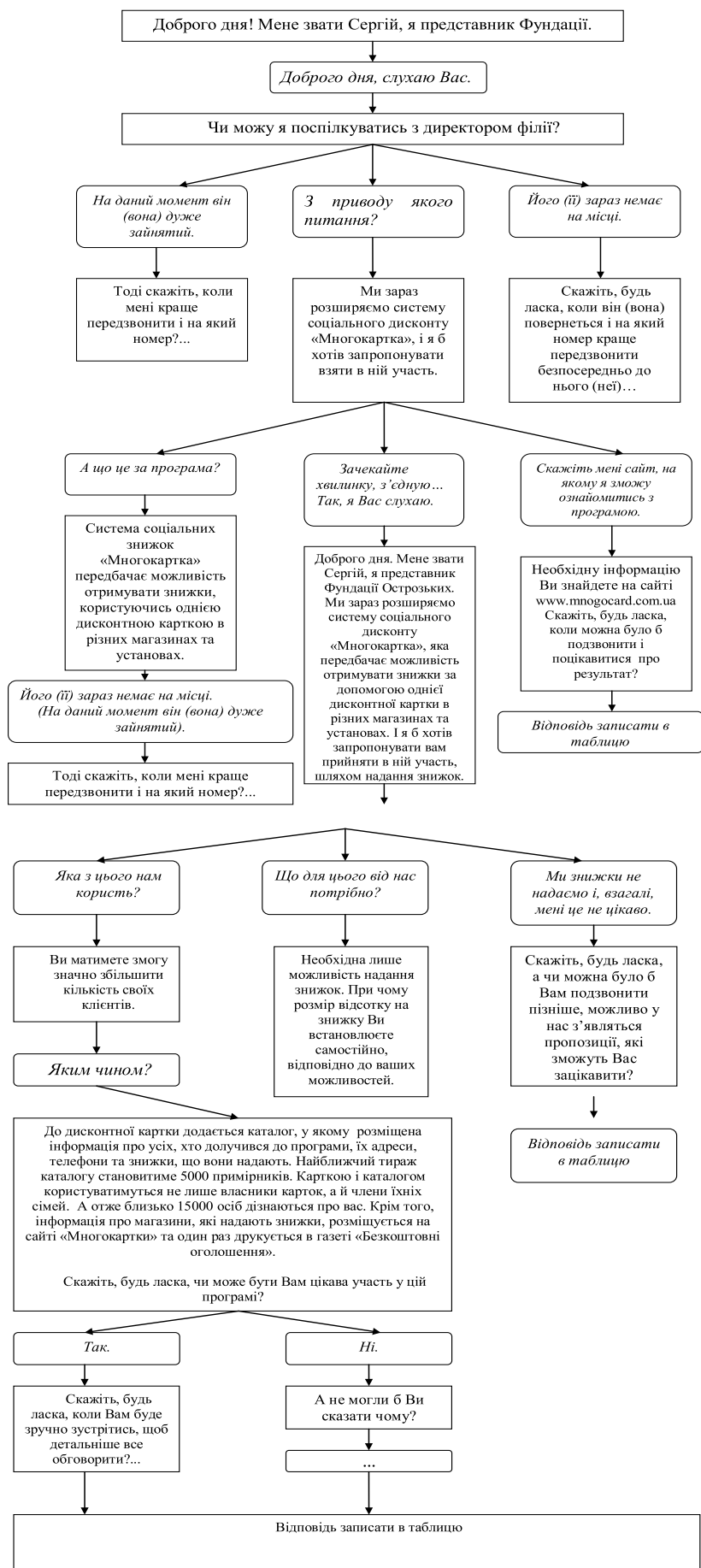
До бізнесу із пропозицією надати знижки звертаються волонтери. Вони залишають кожному власнику чи керівнику бізнесу письмове звернення. Ось зразок такої пропозиції:

НАДАВАТИ ЗНИЖКИ – ЦЕ ВИГІДНО БІЗНЕСУ!

Ставши учасником системи соціальних знижок «Многокартка», Ви отримуєте:

- **залучення нових клієнтів.** Як правило, фірми дають рекламу лише заради цього. Завдяки каталогу знижок постійно нові люди дізнаються про Вашу фірму. Картка не іменна, а отже нею зможуть користуватися родичі і друзі власника.
- **закріплення клієнтів.** Власники дисконтних карток найчастіше відвідують ті магазини, котрі надають знижку. Картка залишається у людей до 2-3 років, нагадує про компанію, своєю знижкою викликає бажання прийти ще раз.
- **розкручування бренду і торговельної марки.** Розміщений на карті та в каталозі знижок логотип запам'ятовує 15 000 і більше людей.
- **Економія рекламного бюджету.** Ставши учасником проекту, Ви отримуєте додаткову безкоштовну рекламу в наших інформаційних партнерів та спонсорів, інформацію про Ваш заклад у каталогах знижок «Многокартки», а це щонайменше 10 000 екземплярів.
- **Довготривала віддача від картки.** Проект безстроковий, «Многокартка» фактично працює кілька років, тому, розмістившись один раз, Ви отримуєте рекламу на кілька років.
- **Не менш важливо:**
 - участь у програмі для Вас безкоштовна.
 - кожен з учасників системи соціальних знижок «Многокартка» отримує безкоштовно наклейки, цінники та іншу рекламну продукцію.
 - учасники можуть отримати дохід від самостійної реалізації «Многокартки».
- **Для участі в проекті:**
 - від Вас потрібно лише можливість надавати знижки від 3% і більше.
 - підписати договір про участь у програмі «Система соціальних знижок «Многокартка».

Блок-схема ведення переговорів по телефону



таб 1.

Сторінка переговорів:

№ з/п	Назва установи	Адреса, номер телефону	Електронна адреса	З ким контактували	ПІБ керівника, посада	Дата дзвінка, результат розмови	Наступні дії
1	«Сієста», кафе-бар	33028, м.Рівне, вул. Соборна, 14а Тел. (0362) 63-38-83		Бухгалтер Костюк Вікторія	Олександр Михайлович, директор		
	І т.д.						

таб 2.

Сторінка з установами, які уклали договори про знижки:

№ з/п	Назва установи	Адреса, номер телефону	Електронна адреса	Контактна особа/керівник	Група товарів/послуг	Розмір знижки
1	«Стефані», весільний салон	вул. Орлова, 2, тел. 45-03-13, 8-09748-11-301		Романенко Тетяна Михайлівна, ФОП	Весільні та вечірні сукні, фата – 5%, біжутерія, весільні рукавички – 3%	3-5%
2	«Новий Формат», студія	вул. Відінська, 16, відділ №27, тел. 8-050-591-96-00		Кравець Віктор Михайлович ФОП	Широкоформатний друк, наклейки, поліграфічна продукція, зовнішня реклама	8%
	І т.д.					

Такі наклейки розміщуються на видних місцях в магазинах, які надають знижки



Отримай знижку

%

З перевагами участі у програмі, Ви можете ознайомитись: в каталозі знижок, або на сайті www.mnogocard.com.ua e-mail: mnogokartka@gmail.com тел.: +380362-22-10-81 поштою: а/с 114, м. Рівне, 33028



Кожен клієнт отримує такий каталог знижок, де можна знайти вичерпну інформацію про діяльність системи соціальних знижок



КАТАЛОГ ЗНИЖОК

станом на 01.03.2010 р.

www.mnogocard.com.ua

5% 30%
10% 7%
20% 50%
3% 150%



Зміст	
м. Рівне	4
Автоматизація та автосервіс	4
Автоперевезення	4
Агропромисловість	6
Будівництво, ремонт	6
Весільні салони, послуги	10
Відпочинок: ресторани, кафе, бари	11
Дитячі товари	12
Інформація та реклама	12
Канцтовари	16
Комп'ютери, оргтехніка, програмування	16
Косметичні салони	19
Книжки	20
Медичина, оздоровлення	21
Музичні інструменти	24
Одяг, взуття	24
Побутова техніка, моб. зв'язок	26
Продукти харчування	27
Страхування	34
Товари широкого вжитку	35
Туризм	36
Фототовари, фотопослуги	36
Юридичні послуги	40
Ювелірні вироби	41
Точки продажу карток в м.Рівне:	42
м. Здолубув	44
м. Дубно	50
м. Костопіль	54
м. Ковель	58
м. Сарни	60
м. Острого	61
Правила користування дисконтною картою "Многокартка"	62

Система соціальних знижок "Многокартка"

АВТОМАГАЗИНИ ТА АВТОСЕРВІС
Бус-авто, магазин п-т Миру, 17, тел. 22-36-20, (067)75-44-62
Автозапчастини..... знижка 10%

Вест Моторс, ТзОВ
вул. Енергетиків, 4, тел. 64-47-72
Запасні частини, аксесуари та технічне обслуговування автомобілів марки Hyundai..... знижка 3%

Лідер Авто, магазин
вул. Кн. Острозького, 12, тел. 5-63-64, (067)363-06-79, liderauto@ukr.net
Автозапчастини до автомобілів європейського, японського, корейського виробництва.....знижка 3%-15%

Окта, магазин
вул. О. Дундича, 10, тел. 24-50-98, 24-03-37
Автомобіля, автохімія, автоприсадки, запчастини, фільтри, амортизатори..... знижка 7%

АВТОПЕРЕВЕЗЕННЯ
Камаз-Транс-Сервіс, ТзОВ
вул. Київська, 64 а, тел. 22-33-75
Запасні частини, ремонт і обслуговування..... знижка 5%
Регенерація автошин..... знижка 5%
Вантажні перевезення по Україні..... знижка 7%
Автоперевезення..... знижка 10%

Столярчук Роман Миколайович, ФОП
Тел. (096)549-42-47, (063)653-90-33
Вантажні перевезення по області та Україні до 2 т..... знижка 5%

Тел. 24-50-98, 24-03-37
Автомобіля, автохімія, автоприсадки, запчастини, фільтри, амортизатори..... знижка 7%

АВТОПЕРЕВЕЗЕННЯ
Камаз-Транс-Сервіс, ТзОВ
вул. Київська, 64 а, тел. 22-33-75
Запасні частини, ремонт і обслуговування..... знижка 5%
Регенерація автошин..... знижка 5%
Вантажні перевезення по Україні..... знижка 7%
Автоперевезення..... знижка 10%

Столярчук Роман Миколайович, ФОП
Тел. (096)549-42-47, (063)653-90-33
Вантажні перевезення по області та Україні до 2 т..... знижка 5%

МНОГО КАРТКА КАТАЛОГ ЗНИЖОК

Система соціальних знижок

21 лютого 2009 року

АВТОМАГАЗИНИ ТА АВТОСЕРВІС
Бус-авто, магазин п-т Миру, 17, тел. 22-36-20, (067)75-44-62
Автозапчастини..... знижка 10%

Вест Моторс, ТзОВ
вул. Енергетиків, 4, тел. 64-47-72
Запасні частини, аксесуари та технічне обслуговування автомобілів марки Hyundai..... знижка 3%

Лідер Авто, магазин
вул. Кн. Острозького, 12, тел. 5-63-64, (067)363-06-79, liderauto@ukr.net
Автозапчастини до автомобілів європейського, японського, корейського виробництва.....знижка 3%-15%

Окта, магазин
вул. О. Дундича, 10, тел. 24-50-98, 24-03-37
Автомобіля, автохімія, автоприсадки, запчастини, фільтри, амортизатори..... знижка 7%

АВТОПЕРЕВЕЗЕННЯ
Камаз-Транс-Сервіс, ТзОВ
вул. Київська, 64 а, тел. 22-33-75
Запасні частини, ремонт і обслуговування..... знижка 5%
Регенерація автошин..... знижка 5%
Вантажні перевезення по Україні..... знижка 7%
Автоперевезення..... знижка 10%

Столярчук Роман Миколайович, ФОП
Тел. (096)549-42-47, (063)653-90-33
Вантажні перевезення по області та Україні до 2 т..... знижка 5%

АВТОМАГАЗИНИ ТА АВТОСЕРВІС
Бус-авто, магазин п-т Миру, 17, тел. 22-36-20, (067)75-44-62
Автозапчастини..... знижка 10%

Вест Моторс, ТзОВ
вул. Енергетиків, 4, тел. 64-47-72
Запасні частини, аксесуари та технічне обслуговування автомобілів марки Hyundai..... знижка 3%

Лідер Авто, магазин
вул. Кн. Острозького, 12, тел. 5-63-64, (067)363-06-79, liderauto@ukr.net
Автозапчастини до автомобілів європейського, японського, корейського виробництва.....знижка 3%-15%

Окта, магазин
вул. О. Дундича, 10, тел. 24-50-98, 24-03-37
Автомобіля, автохімія, автоприсадки, запчастини, фільтри, амортизатори..... знижка 7%

АВТОПЕРЕВЕЗЕННЯ
Камаз-Транс-Сервіс, ТзОВ
вул. Київська, 64 а, тел. 22-33-75
Запасні частини, ремонт і обслуговування..... знижка 5%
Регенерація автошин..... знижка 5%
Вантажні перевезення по Україні..... знижка 7%
Автоперевезення..... знижка 10%

Столярчук Роман Миколайович, ФОП
Тел. (096)549-42-47, (063)653-90-33
Вантажні перевезення по області та Україні до 2 т..... знижка 5%

Продукти харчування

Точки продажу карток в м. Рівне:

Всі відділення «Укрпошта» в м. Рівне

Cellworks, сервісний центр
вул. Симона Петлюри, 31, тел. 63-40-63

Горлиця, гуртовня
вул. Млинівська, 3, тел. 68-22-43, 68-22-40

Гламур, ресторан
вул. Соборна, 34, тел. 634-577, 433-023, 433-024, 433-007

Доцент, фірма
вул. Приходька, 66, тел. 63-54-02, (067)360-96-97, 45-33-34

ЕРА, інтернет клуби
п-т Миру, 8, тел. 22-67-11
м-н Короленка, 6 (Обласна бібліотека), Тел. 26-26-75
вул. Гагаріна, 16 ТРЦ «Чайка»

ЕРА, інтернет кафе
вул. Поштова, 11

всі точки продажу

Наші партнери

портал ТВОГО міста

рівненська газета

ого он-лайн версія газети

ЦЕНТР БІЗНЕСУ

Продукти харчування

Горлиця, гуртовня
вул. Млинівська, 3, тел. 68-22-43, 68-22-40
Продукти харчування. Лише гуртова торгівля: знижка 3%

Корольчук Сергій Павлович, ФОП
вул. Київська, ринок "Андріївський", м'ясний павільйон
М'ясні вироби: знижка 3%

Край, супермаркет
вул. Гагаріна, 16, ТЦ "Чайка", тел. 46-00-51
Весь асортимент товарів, крім алкогольних та слабоалкогольних напоїв: знижка 5%

Пазорчик, ТОВ фірма
вул. Вінницька 15, вул. Павлюченка, 3, тел. 62-20-96
Рибопродукти: знижка 1-10%

Рівне, магазин
вул. С. Петлюри, 22, тел. 43-30-03
Весь асортимент товарів, крім алкогольних та слабоалкогольних напоїв і молочних виробів: знижка 2%

Страви козацькі, ТМ
тел. 27-55-91
Купінарні напівфабрикати (мін. замовлення 50 грн., доставка безкоштовно): знижка 5%

Автоматизація та автосервіс
Будівництво, ремонт
Дитячі товари
Книжки
Меблі
Одяг, взуття
Страхування
Фототовари, фотопослуги

Автоперевезення
Весільні салони, послуги
Інформація та реклама
Комп'ютери, оргтехніка, програмування
Медицина, оздоровлення
Побутова техніка, мобільний зв'язок
Товари широкого вжитку
Ювелірні вироби

Агропромисловість
Відпочинок: ресторани, кафе, бари
Канцтовари
Косметичні салони
Музичні інструменти
Продукти харчування
Туризм
Юридичні послуги

ВСІ КАТЕГОРІЇ

Інформація про знижки подається через різноманітні джерела: каталог, газета, сайт

Додатково:

- Знижку Вам давати зовсім не обов'язково, Ви можете просто замовити рекламний блок в каталозі знижок чи на картці.
- Ви можете стати спонсором проекту і отримати відповідні переваги такої форми участі.

Але це лише на перший погляд. Як показує досвід реалізації проекту «Економлячи – допомагаємо бідним», листи залишаються без відповіді. Причин цьому багато – секретар вирішив не турбувати керівника через якийсь черговий рекламний лист, лист загубився, був видалений з електронної пошти як спам, люди просто могли не зрозуміти, що від них хочуть. І, зрештою, головна – просто ліньки зателефонувати. А згодом – забувається.

Також не варто відразу хапати пакет документів і бігти по торговельно-сервісних установах міста, тому що керівника чи власника магазину може не бути на місці, він може бути у відпустці, відрядженні чи хворий. Були випадки, коли через різні причини зустрічі з деякими керівниками доводилося очікувати 2-3 місяці. Через це, головним каналом комунікації стають телефонні дзвінки. Головна причина – це економія часу. Знову ж таки, як показує досвід, протягом робочого дня волонтер може зробити до 30 дзвінків до різних комерційних установ. Звертаємо увагу на те, що в цьому випадку під «дзвінком» мається на увазі телефонний дзвінок, в результаті якого була отримана будь-яка відповідь. Але оптимальною є кількість у 20 дзвінків.

Важливим етапом при підготовці до переговорів з бізнесом є прописання тексту розмови по телефону. Це потрібно з багатьох причин. Головна – чіткість викладення інформації. Вище наведено приклад однієї з таких інструкцій. І краще, коли вони зроблені у формі блок-схеми. Зазначимо лише, що головною задачею дзвінка є домовитися про зустріч з власником чи директором торгово-сервісної установи. Хоча, досить часто, уже під час телефонної розмови можна домовитися про час підписання договору (див. блок-схему ведення переговорів по телефону).

Після кожних проведених переговорів волонтери мають заповнити спеціальну картку (таб.1), дані з якої поповнюють базу даних Фондації Острозьких, а також потрапляють до каталогу знижок, який видається спеціальною брошурою, публікується у ЗМІ та розміщується на сайті програми: www.mnogocard.com.ua.

Для зручності в роботі, інформацію в таблиці можна виділяти кольорами відповідно до результатів, наприклад: білий – інформація не опрацьована; жовтий – зроблено дзвінок, проведено переговори, є попередня інформація;

зелений – отримано позитивне рішення, підписано договір, договір підшитий у відповідну папку; червоний – отримано відмову.

З кожною установою, що надає знижки, підписується відповідний договір, за результатами якого до каталогу знижок заносяться адреса й види товарів і послуг, на які поширюється соціальний дисконт.

Інформація про укладені договори заноситься на відповідну сторінку бази даних. Для зручності сторінка може виділятися зеленим кольором.

Свідченням того, що магазин чи сервісна установа є учасником благодійної програми «Система соціальних знижок», є наклейка, котра з'являється на вітринах чи вхідних дверях. На ній може також бути вказано розмір знижки.

Кожен клієнт отримує такий каталог знижок, де можна отримати вичерпну інформацію про діяльність системи соціальних знижок

ВИПУСК КАТАЛОГУ СОЦІАЛЬНИХ ЗНИЖОК

Перший каталог знижок може бути опублікованим при наявності не менше 80-100 підписаних договорів із керівниками/власниками магазинів і сервісних організацій – учасниками благодійної програми «Система соціальних знижок».

Враховуючи, що процес залучення нових і виходу діючих партнерів із системи є постійним, робота над каталогом відбувається регулярно. А його випуск брошурою (кишенькового формату) повторюється щоквартально. Оперативні ж відомості можуть з'являтися щодня на сайті програми: www.mnogocard.com.ua та щотижнево у газетах, які видаються інформаційними спонсорами.

ДИСТРИБУЦІЯ ТА БЛАГОДІЙНЕ ПОШИРЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ДИСКОНТНИХ КАРТОК

Звісно, що випуск каталогу без самої картки знижок був би нелогічним. Тому, разом з каталогом поширюється дисконтна картка, що діє одночасно в усіх магазинах і сервісах, про які йдеться у каталозі. Мінімальна знижка складає 3%. Але якщо Ви проглянете каталог, то помітите, що середній розмір знижок

2009-2010 (кризових) років складає 7-15%. Ці цифри дають нам можливість здійснити підрахунок того, що кожен власник «Многокартки» зекономить не менше 1000 грн. на рік. Очевидно, що той, хто більше купує – більше й економитиме. А зекономлені гроші – це зароблені гроші.

Враховуючи вигоди, система задумана так, щоб заможні люди могли її купити у роздрібній мережі (в першу чергу в тих місцях, де діє знижка) і при цьому у вартість картки входить благодійна пожертва, що складає не менше 1/3 від ціни. Пожертви відправляються дистриб'юторами (приватними підприємцями та магазинами) для фінансового обліковця системи – компанії «Проф-Консалт», яка і здійснює відповідні відрахування благодійних коштів за договором роялті, підписаним з Фондацією імені князів-благодійників Острозьких, якій належать авторські права.

На картці є штрих-код, який дозволяє пропускати картку соціальних знижок через пост-термінал, який запрограмований так, щоб знижка нараховувалася автоматично і відповідна інформація потрапляла на фіскальний чек, аби кожен з покупців міг бачити, яку суму з кожної покупки зекономлено.

У магазинах і сервісах, а також на ринках, де немає терміналів – продавці можуть користуватися цифровим кодом (амбасуванням), щоб фіксувати частоту користування картою та нарахування знижки. Звичай, неавтоматизовані магазини і сервіси дають стандартну єдину знижку на всю продукцію, щоб полегшити розрахунки.

Малозабезпечені отримують картки соціальних знижок від Фондації імені князів-благодійників Острозьких – безкоштовно. Інформація про малозабезпечених, які отримали картки, також заноситься на відповідну сторінку бази даних.

ЩО ДАЄ СОЦІАЛЬНА ДИСКОНТНА КАРТКА?

Власник соціальної дисконтної картки може отримати знижки (дисконт) від 3% до 50% у магазинах, фірмах чи організаціях, що приєдналися до системи соціальних знижок. Знижки Ви отримуєте, не здійснюючи при цьому дорогих покупок.

Строк дії картки – необмежений. Більше того, її можна буде передавати членам сім'ї, друзям чи знайомим.

У каталозі знижок, який постійно поповнюється, Ви неодмінно знайдете потрібний товар або послугу.

Придбання соціальної дисконтної картки – це вигідне вкладення! Володіючи картою, Ви зможете економити, сплачуючи за товар чи послугу менше, чим самим Ви зможете заощадити сотні та тисячі гривень на рік для себе та своєї сім'ї!

Окрім того, придбавши соціальну дисконтну картку, Ви зробите пасивну благодійну пожертву на користь малозабезпечених сімей. Адже третя частина коштів, отриманих від продажу картки, буде перерахована на реалізацію благодійних проектів, а кожна п'ята від реалізованих карток безкоштовно буде передана малозабезпеченим громадянам.

ЧИ ВИГІДНО КУПУВАТИ СОЦІАЛЬНУ ДИСКОНТНУ КАРТКУ?

Розглянемо приклади:

- 1) продукти харчування 100 грн. – 5% знижка = 95, економія 5 грн.
- 2) купуємо диван вартістю 800 грн., 5% знижка = 760, економія 40 грн.
- 3) телевізор вартістю 1000 грн. – 3% знижка = 970, економія 30 грн.
- 4) металопластикові вікна 1200 грн. – 25% = 900, економія 300 грн.
- 5) послуги перукаря 20 грн. – 10% = 18, економія 2 грн.

СИСТЕМА СОЦІАЛЬНИХ ЗНИЖОК ЖИТИМЕ ДОВГО!

Система тим і відрізняється від проекту, що живе значно довше, оскільки проект завжди має обмежений час.

До того ж, система соціальних знижок продумана таким чином, щоб усі її партнери отримали свої вигоди. А відтак, якщо учасники зацікавлені – неодмінно підтримуватимуть систему, незалежно від того чи адміністратор системи займає активну позицію.

Система соціального дисконту є нічим іншим ніж соціальне підприємництво чи різновид венчурної філантропії. Ця система дійсно передбачає подальшу самоокупність.

Благодійна програма відкрита, публічна і підзвітна. Тому інформаційні спонсори і широка інформаційна кампанія є обов'язковим елементом.

З іншого боку описане вище стосується подій, які вже відбулися чи повторюються у містах, де програма впроваджується. І тут логічним постає питання: що ж буде далі?

Відповідь на це питання може зацікавити наступних потенційних партнерів, на участь яких варто не лише пасивно очікувати, а прискорювати події, перетворюючи візію у дійсність.

1. Впровадження системи соціальних знижок «Многокартка» в малих містах і обласних центрах є лише першим етапом.

Завданнями цього етапу є не тільки переломлення суспільної недовіри через залучення, в кожному з міст, не менше 150 магазинів і сервісів, які надали знижки (20 міст – не менше 3000 знижок). Не лише дистрибуція, в кожному з міст, понад 50.000 «Многокарток», кожна 5-та із яких надана безкоштовно малозабезпеченим (20 міст – не менше 1.000.000 громадян). Не лише залучення ЗМІ-інформаційних спонсорів, в кожному з міст, понад 10 (20 міст – не менше 200 ЗМІ), які безкоштовно інформують про події благодійної програми.

Головним завданням цього етапу є здійснити просвіту громадян і місцевих громад у питаннях використання пластикових (електронних засобів) дисконтних карток як інструменту отримання вигоди (знижки на товари та послуги) та здійснення пожертв для допомоги іншим.

Причиною провалу карткових проектів, які запроваджуються багатьма банками, є те, що більшість громадян не довіряють шматочкам пластику. Тим більше, не всі навіть користувачі банківським пластиком достовірно розуміють, що наявна у них платіжна картка є банківським рахунком, яким слід уміти користуватися. Саме через це більшість банківських карток не здійснюють трансакцій (за винятком депозитних операцій, яких може відбутися аж 1-3 на рік).

2. Другим етапом впровадження вдосконаленої «Системи соціальних знижок» буде суміщення дисконтної картки, яка надає право знижки на придбання товарів і послуг, із платіжною (банківською) картою, на якій зберігатиметься зекономлена сума.

Звісно, така можливість існує лише у партнерстві із банком, який зацікавлений у розширенні клієнтської бази. Йдеться і про фізичних осіб-власників карткових рахунків, і про юридичні особи, які мають чи встановлять термінали зчитування карткових трансакцій.

Просвіта користувачів також є необхідністю цього етапу. Оскільки «Многокартка» із звичайного пластику, що дає право знижки, перетвориться у більш досконалий продукт, який ще й дасть можливість накопичувати не міфічні бонуси, а цілком реальні кошти економії на покупках. Звісно, що бідні люди збиратимуть менші суми

на дисконтно-платіжних картках, бо витрачають менше, ніж багаті. Але усім соціальним верствам населення знову-таки – система залишиться вигідною удвічі. Знижка + накопичення на банківському рахунку – є привабливим не лише банку, але громадянам, яких, як відомо, в Україні є значно більше, ніж юридичних осіб (установ, підприємств і організацій).

3. Третім етапом – буде потроєння ефективності.

Як відомо, з самого початку система соціальних знижок починає діяти та розвивається у тісній співпраці з державними та муніципальними інституціями. Місцевій владі також вигідно, щоб малозабезпечені громадяни отримували недержавну підтримку, оскільки навіть 1000 грн. на особу щорічно – є більшою сумою, ніж визначено Законами України щодо максимальної благодійної допомоги.

Але головним досягненням системи соціальних знижок буде допомога міським радам у створенні муніципальних карток громадян, які будуть одночасно дисконтними (надаватимуть знижки на товари і послуги у магазинах і сервісах), платіжними (зберігатимуть і збільшуватимуть, зекономлені на покупках зі знижкою, кошти на банківських карткових рахунках), а також такими, на які виплачуються матеріальні допомоги і субсидії малозабезпеченим громадянам.

Муніципальними картками вже користуються громадяни прибалтійських республік. Саме ними пільгові категорії громадян розплачуються за продукти і ліки (придбання алкоголю, цигарок, наркотичних речовин при цьому – заблоковано), а також за пільговий проїзд у громадському транспорті, де також встановлено прості пост-термінали для зчитування карток.

Цілком очевидно, що потроєна вигода торкатиметься не лише громадян і муніципалітетів, але й соціально відповідальних бізнесу та банків, які отримуватимуть стабільні та прогнозовані доходи протягом багатьох років.

Адже головною метою просвітницьких кампаній і відкритого якісного впровадження й розширення системи соціального дисконту – здобуття довіри від громадян, громади і суспільства, яким завжди буде вигідно співпрацювати на взаємовигідних умовах.

Процес розбудови партнерства розпочато, і Вам залишається приєднатися до нього, щоб незабаром насолодитися позитивним результатом.

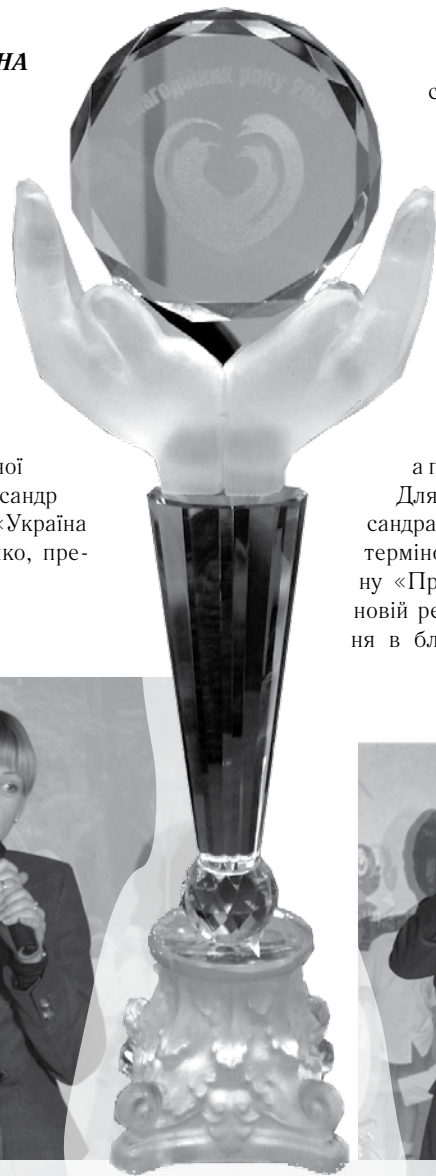
Благодійник року – 2011

П'ЯТИЙ, ЮВІЛЕЙНИЙ КОНКУРС СТАРТУВАВ

Катерина ЗОРКИНА

29 березня 2011 року в медіа-холі інформаційного агентства «Українські національні новини» відбулася прес-конференція, присвячена старту Національного конкурсу «Благодійник року – 2011».

У заході взяли участь Марія Бурмака, народна артистка України, голова Наглядової ради конкурсу; Маргарита Ващук (Січка), підприємець, громадський діяч, член Наглядової ради; Стелла Захарова, олімпійська чемпіонка зі спортивної гімнастики, член Наглядової ради; Олександр Максимчук, голова Правління МБФ «Україна 3000», голова Оргкомітету; Сергій Летенко, президент ВБФ «Дитячий світ», голова журі.



Відкриваючи прес-конференцію, Олександр Максимчук окреслив стан благодійності в Україні. Він навів невтішну статистику: згідно з дослідженням британської організації «Фундація допомоги благодійникам», у світовому рейтингу благодійництва Україна посідає 150 місце серед 153 країн світу, останнє в регіоні Східної та Центральної Європи. За даними дослідження, яке провів Фонд «Демократичні ініціативи» на замовлення Центру філантропії, 17,5% українців вважають, що благодійністю займаються для того, щоб потрапити у владу, а понад 11% — для того, щоб заробляти гроші. Для виходу з цієї ситуації, за словами Олександра Максимчука, необхідно зробити декілька термінових кроків. Перше — прийняття Закону «Про благодійність і благодійні організації» у новій редакції. «Це спростить процедуру входження в благодійну діяльність, унеможливить багато

зловживань, які, на жаль, присутні в цій сфері, дозволить використовувати нові інструменти — ендаумент, використання заповітів та інші», — зазначив він.

Підкресливши важливість консолідації діяльності благодійних організацій, Олександр Максимчук повідомив, що задля підтримки успішних проектів, допомоги благодійникам, поширення найкращого досвіду створена Асоціація благодійників України. «Її засновниками виступили організації, які працюють в конкурсі», — сказав він. — Це наш Фонд «Україна 3000», Фонд «Дитячий світ», Центр філантропії. Сьогодні фонди «Приятелі дітей», «Отчий дім» та багато інших приєднуються до нашої ініціативи».

«Всі ці кроки можуть видаватися комусь маленькими, — сказав Олександр Максимчук, — але тільки йдучи цією дорогою, ми можемо змінити ситуацію. Зробити сферу благодійності в Україні справді успішною, справді престижною».

Учасники прес-конференції висловили спільну думку, що вкрай важлива популяризація благодійництва, культивування в суспільстві моди на благодійну діяльність. І проведення конкурсу «Благодійник року» покликане вирішувати саме це завдання.

З кожним роком конкурс стає все більш привабливим для потенційних учасників, а його процедура — ще більш чесною і прозорою. Ювілейний рік не став виключенням.

Олександр Максимчук розповів, що цього року запроваджено новий спеціальний приз, ініціатором якого виступила Асоціація благодійників України. Цей приз отримав назву «Народний благодійник» і має стати дійсно всенародним, адже висувати кандидатури і обирати володаря зможе кожен українець. Будь-яка людина в соціальних мережах зможе розповісти про благодійника, його досвід та успішні ініціативи. А потім все українське суспільство, голосуючи в Інтернеті, оберє народного благодійника.

Ще одна новація стосується конкурсних номінацій. Цього року вони доповнилися ще однією: «Благодійник року — митець, спортсмен». Докладніше про цю номінацію розповіла один з її ініціаторів — Стелла Захарова. Вона підкреслила, що люди спорту «можливо, мало говорять, але багато роблять, і про їхні добрі справи має дізнатися уся громада». На думку Стелли Захарової, популяризація благодійності у спорті, в свою чергу, сприятиме популяризації спорту в українському суспільстві.

Марія Бурмака підкреслила, що для неї велика честь очолити Наглядову раду конкурсу «Благодійник року». Вона також звернулася до даних дослідження Фонду «Демократичні ініціативи». «33% людей допомагають іншим, — зазначи-

ла вона, — але скільки з них самі потребують допомоги». Марія Бурмака відзначила, що сьогодні тема благодійності в Україні багато в чому заполітизована, суперечлива, у ній панують фальш і подвійні стандарти. Але все це, на її думку, має відступити перед істинною благодійністю, приклади якої демонструють учасники конкурсу «Благодійник року».

«Я не знаю іншого конкурсу, який проходив би так чесно, так відкрито», — наголосила Маргарита Січка (Ващук). На її переконання, головне у конкурсі — результат: «Ми хочемо, щоб кожна копійка творила добро». Маргарита Січка підкреслила, що для багатьох благодійників участь у конкурсі дуже важлива, адже переможець, разом із визнанням своєї діяльності, отримує потужний стимул рухатися далі.

Сама Маргарита Січка вже не перший рік пов'язана з конкурсом «Благодійник року». У 2009 році вона перемогла у номінації «Особиста благодійна ініціатива», потім брала участь у роботі журі конкурсу, а 2011-го року увійшла до складу його Наглядової ради.

Розповідаючи про роботу журі, Сергій Летенко назвав головним критерієм оцінювання ефективність благодійних проектів. Він розповів про особливості роботи журі, зазначивши, що усі члени журі працюють автономно, намагаючись дати кожному з проектів максимально ефективно, прозоре і повне оцінювання.

Голова журі оголосив цьогорічні конкурсні номінації. Їх 14 — до номінацій попереднього року додалася, як вже зазначалося, номінація «Благодійник року — митець, спортсмен». Збільшилася і кількість спеціальних призів — їх поповнив «Народний благодійник». Також Сергій Летенко звернувся до присутніх із пропозицією рекомендувати видатних членів суспільства, які могли б бути запрошені до журі.

Отже, для участі в конкурсі слід заповнити аплікаційну форму, яку можна знайти на веб-сайті конкурсу www.blagodijnyk.org.ua. До заявки можуть бути додані фотографії, копії публікацій тощо.

Заповнену форму слід надіслати до 30 жовтня на адресу: 01012, м. Київ, а/с 75 (з поміткою «Голові журі Національного конкурсу «Благодійник року — 2011») та продублювати електронною поштою на адресу info@blagodijnyk.org.ua.

КОНТАКТИ ОРГКОМІТЕТУ:
ТЕЛ./ФАКС: (044) 229-46-62
E-MAIL: [INFO@BLAGODIJNYK.ORG.UA](mailto:info@blagodijnyk.org.ua)

БЛАГОДІЙНИЙ ТАЛОН НА ПІДТРИМКУ ВИДАННЯ

Прізвище, ім'я _____
Організація (місце роботи): _____
Поштова адреса, на яку відсилати журнал, контактний телефон: _____

Загальна сума внеску разом з поштовими витратами — 62 грн. Підпис: _____
Примітка: Якщо Ви не надішлете заповнений талон на нашу адресу, ми не будемо знати, на яку адресу надсилати Вам журнал.

Фундація імені князів-благодійників Острозьких, а/с 114, м. Рівне, 33028, тел./факс (0362) 22-10-81
e-mail: pbofrv@gmail.com, www.fundraising.org.ua



ФУНДАЦІЯ ІМЕНІ КНЯЗІВ-БЛАГОДІЙНИКІВ ОСТРОЗЬКИХ
33028, вул. Драгоманова, 11, м.Рівне,
тел./факс (0362)22-10-81.
e-mail: pbofrv@gmail.com, www.fundraising.org.ua

Р/р 26000164717 в «Райффайзен Банк Аваль» м.Київ, МФО 380805, код ЗКПО 22583870 з поміткою «Безповоротна фінансова допомога на акцію «Врятуймо добру людину».

Врятуймо добру людину!

Поліщук Марійка хворіє на лімфому Ходжкіна і потребує Вашої допомоги на лікування!

Дякуємо тобі Благодійнику!



В акціях зі збору пожертв на лікування Марійки взяли участь 43 волонтери, скриньки для збору благодійних пожертв встановлені у семи супермаркетах Рівного. П'ять радіостанцій та два телеканали Рівного (Радіоканали «Люкс FM», «Наше радіо», «Мелодія», «Хіт FM», «Радіо-Трек», телеканал «Рівне-1», «Сфера-TV») безкоштовно розмістили ролики про збір пожертв на лікування. Звернення про допомогу розіслано до більше ніж 300 бізнес-установ Рівного.



БЛАГОДІЙНИЙ ТАЛОН НА ПІДТРИМКУ ВИДАННЯ

Благодійний внесок просимо надсилати на рахунок:

Фундація імені князів-благодійників Острозьких
р/р 26 000 164 717
Райффайзен Банк Аваль
МФО 380805 ЗКПО 22583870
з поміткою **«Благодійний внесок на видання журналу «Вісник благодійництва»»**

«Вісник благодійництва» стає друкованим органом

До журналу «Вісник благодійництва» як до єдиного спеціалізованого періодичного друкованого засобу масової інформації 5 квітня 2011 року звернулася Всеукраїнська благодійна організація «Асоціація благодійників України». У цьому зверненні йдеться про наступне:

«Дозвольте звернути Вашу увагу на проблеми розвитку благодійності в нашій державі. За оцінками українських та міжнародних експертів, благодійність в Україні розвивається дуже повільними темпами. Зокрема, у світовому рейтингу благодійництва Україна посідає 150 місце серед 153 країн світу, останнє – в регіоні Східної та Центральної Європи. Згідно з дослідженням, яке проводила британська організація «Фундація допомоги благодійникам», Україна і Сербія знаходяться на одній позиції, нижче них тільки Бурунді та Мадагаскар. Перші ж місця в цьому рейтингу посідають Австралія, Нова Зеландія, Ірландія, Канада.

Також має місце недовіра до доброчинності і з боку українського суспільства. Так, за даними дослідження Фонду «Демократичні ініціативи», мотивацією для здійснення благодійної діяльності 17,5% українців вважають «похід у владу», 11,6% – заробляння грошей.

Очевидним є той факт, що вирішення проблем в благодійництві потребує максимального об'єднання зусиль громадських та благодійних організацій.

Ми зацікавлені у тісній співпраці та пропонуємо журналу «Вісник благодійництва» стати офіційним друкованим органом Всеукраїнської благодійної організації «Асоціація благодійників України». Своєю чергою, ми будемо системно інформувати Вас про всі заходи, які проводитиме ВБО «Асоціація благодійників України», пропонувати актуальні теми для висвітлення, матеріали для наповнення, аналітичні статті та цікаві публікації.

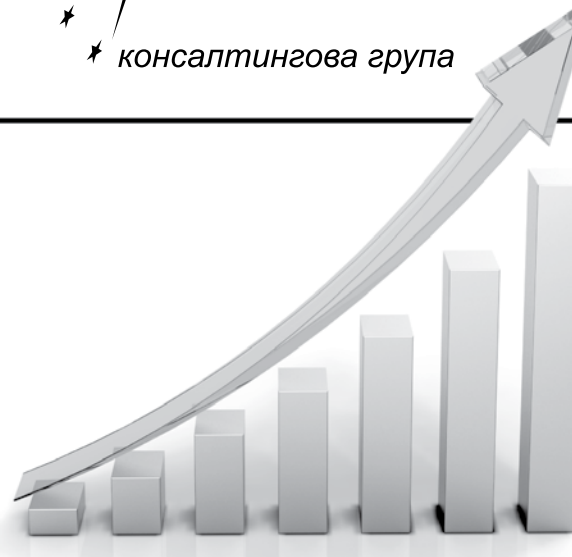
У разі Вашої згоди пропонуємо закріпити співпрацю в договірному порядку.

**З повагою та надією на співпрацю,
Президент Асоціації благодійників України**

Олександр Максимчук

**Пропозиція стати офіційним друкованим органом ВБО «Асоціація благодійників України»
приймається журналом «Вісник благодійництва».**

Про деталі співпраці і про діяльність Асоціації — читайте у наступних числах журналу «Вісник благодійництва».



- Оцінка організаційного розвитку компанії
- Створення та побудова бізнес-команд
- Стратегічне планування
- Бізнес-планування
- Представлення інтересів компанії перед іноземними інвесторами
- Корпоративні тренінги-програми
- Управління фінансовими потоками (cash-flow)
- Розробка стратегічного плану сталого розвитку для міст/районів
- Юридичні консультації
- Маркетингові послуги:
 - BTL
 - Реклама в друкованих носіях
 - Друк та дистрибуція поліграфії
- Mystery Shopping (програма таємний покупець)
- Конференц-сервіс (організація конференцій, організація круглих столів)

ТЗОВ «ПРОФ-КОНСАЛТ»
а/с 114, м. Рівне, 33028
тел./факс 8(0362)221081
e-mail: profkonsult@gmail.com