



НСДО-Інформ

№ 10 (22) жовтень, 2003

❑ НОВИЙ НДО Корупція

КТО краще інформує - той краще свить

ІНТЕРНАТІВНЕ навчання
жінки - безробітні

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ розвиток
матері - стратегія роботи
бідних

❑ КОМЕНТАР АНГЕЛІЦЕ РОЗВИТОК громадянської думки на Християнській Мислі та реальність

❑ АКТУАЛЬНА тема ДОБРО має звершитись

❑ ОБЛИЧСЯ ДОКАДИ

Особливі проекти
інформаційного клубу

КОЛОСЬ в "Екстазі"

"В дитині бачок над усім
людям"

КРОВОСТАДИ у Тернопіль

❑ ЗВІДСТЕЖКА ДО НДО

❑ КОМЕНТАРИ

ДОБРО має звершитись



*В ДІЛІ - одна така фізика, що люди
вважають своїм завданням, що робити по-людськи.
Тяжко сказати правдиво так: „Робітьте, як інші
- і досягнете їх”. Не хочемо, що люди, що
роблять по-людськи свої рідкісності від нас,
що добрі не зурядуються і не добрі
переміщують від нас.*

Р. Крижан

Друкує за підписом автора. ©

Відповідальний за зміст видання: Інститут соціальних змін
вул. Галицька, 10, м. Львів, Україна. Контактний телефон: 0322 434444
E-mail: iscn@ukr.net

Друк: Львівський завод друку „Львівська друкарня”
вул. Шевченка, 10, м. Львів, Україна. Контактний телефон:
0322 434444



ХТО володіє інформацією - той володіє світом

В рамках співпраці з журналістами Інститутом соціокультурного менеджменту (ІСКМ), за підтримки Фонду Євразія, проведено ще один семінар. Цього разу його метою стало: використання ресурсів Інтернет в інформаційному забезпеченні процесу вирішення соціальних проблем на місцевому рівні".

Як ви вже могли помітити, зустрічі журналістів з працівниками Інституту соціокультурного менеджменту відбуваються



досить часто. Тому замість традиційного для таких заходів знайомства, спочатку була розмова про досягнення. Як особисті, так і професійні, оскільки за час реалізації проекту всі його учасники стали друзями. Крім того розмірковували разом проте, чому така важлива тема - тема участі громадськості у вирішенні соціальних проблем - займає на сторінках газет та в радіо - та телебаченні далеко не головне місце. Причин тут декілька: не зовсім зрозуміла для журналістів специфіка роботи громадських організацій, розпорошеність третього сектору, пасивність керівників організацій щодо співпраці зі ЗМІ призводить до того, що матеріали на цю тематику з'являються не часто і, як правило, обмежуються інформаційним приводом. На думку президента ІСКМ Лева Абрамова такі тенденції ведуть до деякої незбалансованості у висвітленні подій, що відбуваються в суспільстві. Він вважає, що в інформаційному просторі зараз переважають офіційна точка зору та точка зору бізнесу. А от думки представників НДО представлено недостатньо. Інформаційний вакуум, щодо діяльності громадського сектору організатори семінару пропонують подолати за допомогою ресурсів Інтернет. Це найсучасніше і найпотужніше



розміщена інформація про діяльність громадського сектору в Україні.

З одного боку - це можливість познайомитись з чужим досвідом, з іншого - поділитися своїми роздумами про діяльність НДО в регіоні. Але оскільки, як кажуть, краще один раз спробувати, ніж десять раз почути, то головну увагу організатори приділили практичним заняттям. Кожен повинен був самостійно зайнятися пошуком необхідної інформації, звичайно, не без допомоги фахівців...

Семінар завершився. Що дав він учасникам? Гарній настрій, радість спілкування з однодумцями, нові ідеї, необхідні навички роботи з комп'ютером, ну і звичайно, адреси корисних сайтів в Інтернет...

Найцікавішими з них журналісти назвали:

Асоціація підтримки громадських ініціатив «Ковчег»

(Одеса) www.nonprofit.org.ua

Донецький міський благодійний фонд "Доброта"

(Донецьк)

www.dobrota.donetsk.ua

ЛІГА РЕСУРСНИХ ЦЕНТРІВ (Київ)

www.ligarc.org.ua

Центр підтримки творчих ініціатив (Кіровоград)

[WWW.PRESSCAT.ORG.UA](http://www.PRESSCAT.ORG.UA)

Волинський ресурсний центр * Фондація ім.

Князів-Благодійників Острозьких (Рівне) www.vrc.rv.ua

Центр гуманітарних технологій АХАЛАР (Чернігів)

www.ahalar.org.ua

Ресурсний центр розвитку громадських організацій

"ГУРТ" (Київ) www.gurt.org.ua

Регіональний Центр «Сприяння» (Донецьк)

www.rsc.dn.ua

Еліна Мороко

Інтерактивне навчання жінок - безробітних

В перші вихідні жовтня Кіровоградською асоціацією жінок - підприємниць для учасниць проекту програма інтерактивного навчання та розвитку жінок" було проведено осінню школу.

Програма спрямована переважно на студенток та безробітних. Адже в тих і в інших майбутнє ще не визначено. Щоб влаштуватись в житті гарно, потрібно мати не лише освіту, а й додаткові навички, які б допомагали свої знання реалізувати. Відтак на попередніх семінарах учасниці проекту усвідомлювали свої сильні сторони, формували лідерські якості, вчилися мистецтву презентації. Під час осінньої школи йшлося про те, як знайти собі місце роботи та успішно пройти співбесіду. Серед тих, хто прийшов поділитися досвідом були фахівці саме тих служб, які займаються працевлаштуванням, розробляють комплексні програми зайнятості. Були серед гостей і лідери громадських організацій, які представляють інтереси бізнесменів і вже досягають чималих професійних успіхів. Всі разом вони допомогли слухачам осінньої школи з'ясувати для себе загальний стан справ та виявити ті можливості, які існують зараз на регіональному ринку праці. Серед учасників семінару була і координатор Канадсько-Українського тендерного фонду Лариса Магдюк.

За 2 роки роботи в Україні фонд вже підтримав близько 50 проектів. Один з них - Кіровоградської асоціації жінок-підприємниць. Як вважає пані Магдюк, ця програма буде корисною для жінок нашого регіону, оскільки в ньому, рівно як і в інших є певні тендерні проблеми. На її думку проведення тренінгів та надання інформації зможе допомогти всім, хто вирішив знайти собі нову нішу в житті, розпочати власний бізнес чи продовжити професійну підготовку на більш високому рівні.

В програмі інтерактивного навчання заплановано ще 3 теми. Кожна з них для учасниць проекту є не тільки цікавою, а й необхідною. Хоча, як каже керівник проекту Олена Баранова, вже зараз в самооцінці жінок відчуваються суттєві зміни. Отож в подальшому працевлаштуванні слухачок в Асоціації переконані. Так само, як і в тому, що у вирішенні громадських питань усі учасниці проекту відтепер братимуть активну участь.

Марія Волова

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ розвиток молоді - стратегія роботи бібліотек

Не секрет, що бібліотечні заклади нашої країни завжди виконували набагато ширші функції, аніж просто постачання населення книгами та періодикою. Так і в Кіровоградській бібліотеці для юнацтва ім. О.Бойченка на сьогодні проводиться робота по методичному забезпеченню бібліотек області шляхом проведення семінарів та тренінгів із залученням фахівців недержавних організацій, наприклад - Центру підтримки творчих ініціатив.

Серед присутніх на останньому семінарі працівників рай бібліотек було чимало тих, хто зацікавився тематикою тренінгу, що його для присутніх організували фахівці ЦТТ та Інституту соціокультурного менеджменту. Тренінг стосувався написання проектів на тему розвитку інтелектуальних здібностей сучасної молоді, а саме - юних читачів та читачок бібліотек області. Адже творчий потенціал молоді, якщо його направити у правильне русло, може суттєво поліпшити життя всієї громади. Втім, на будь-яку діяльність потрібні кошти. Про те, як правильно написати проект і отримати грант від міжнародних донорів розповідала присутнім Президент Центру підтримки творчих ініціатив Людмила Станкевич.

А оскільки на семінарі багато говорили про необхідність співпраці бібліотек із молодіжними організаціями, то перед учасниками заходу виступив Андрій Флоренко, активіст Кіровоградської обласної Ліги інтелектуального розвитку (КОЛІР), капітан команди "Маздай-НКХ". Його команда, за підтримки Національної Компанії Холоду минулого сезону стала переможцем Кубка міста та Чемпіонату Кіровограда по "Що? Де? Коли?". Тому Андрій детально розповів присутнім і про діяльність Ліги інтелектуального розвитку, і про локальний фандрейзинг, і про методи та важливість проведення інтелектуальних ігор - цікавої і змістовної форми дозвілля для юнацтва.

Насамкінець тренери запросили бібліотекарів до активної співпраці із громадськими організаціями, адже тільки шляхом активізації третього сектору і його співпраці із закладами культури можливий розвиток громадянського суспільства на Україні.

Олександра Шевченко

КОМЕНТАР фахівця

РОЗВИТОК громадського руху на Харківщині. Міфи та реальність



Міф "Якщо кожна громадська організація буде мати комп'ютер та доступ до Інтернет, то проблему створення інформаційних мереж буде вирішено"

Реальність "Забезпечення ефективної інформаційної мережі вимірюється

кількістю ПК на кожну НУО, а створенням оперативного зворотного зв'язку "

Певно, кожному, хто хоча б протягом року

працював у НУО доводилося брати участь у різних заходах: конференціях, семінарах. І майже на кожній такій зустрічі усі учасники підтверджували свою зацікавленість у створенні єдиної інформаційної мережі або єдиного інформаційного центру, чогось "єдиного інформаційного" що б поєднувало усі НУО, надавало усіяку корисну інформацію. Але, на жаль, далі діло не йде. Зараз існують інформаційні розсіпки, але казати про наявність постійно діючої мережі для Харківських НУО було б дуже оптимістично. Ми спробували. Накопичуємо та розповсюджуємо інформацію. Але тут нас зупиняє один єдиний момент: ви подумали кошти? Ні - відсутність інформації від НУО, відсутність зворотного зв'язку. Бо інформаційна мережа тільки тоді "жива" - коли кожного дня оновлюється та розповсюджується інформація. А більшість наших НУО поки вбачають односторонню мережу - хочуть тільки отримувати інформацію.

Міф "Усі НУО радо створюють та працюють у коаліціях, асоціаціях та інших об'єднаннях"

Реальність "Висока конкуренція між НУО та амбіційність лідерів перешкоджає налагодженню реальної(а не на папері) взаємодії у середині сектору"

Найболючіша тема - рівень взаємодії НУО між собою - наявність коаліцій. Взаємодія, співпраця не на папері, а на ділі вимагає як дотримання пунктів угоди так і етичних норм поведінки партнерів. Поки що ми маємо обмежену кількість вдалих прикладів коаліцій, координаційних рад або партнерських проектів. А чи можете ви зараз навести приклад такої коаліції? Думок з приводу партнерства та побудови коаліції було проголошено безліч під час конференції, яку проводив БФ "Громадські ініціативи" у травні 2003р., певно, не менш їх буде і під час семінару, який ми плануємо провести саме під цією назвою "Перспективи побудови коаліцій". Хочу поділитися тільки однією думкою, так би мовити підсумком багаторічної роботи у громадському секторі: час "одиночок" минув, настав час спільної діяльності, великих мережевих проектів. Чи готові ми до роботи в таких проектах, чи маємо етичні норми та стандарти в роботі НУО, а якщо і будемо мати такі стандарти, то чи готові ми їх дотримуватися? Недарма існує народна мудрість - "не виносити сміття із хати" - бо поки не буде взаєморозуміння, поваги і етичного ставлення до своїх партнерів всередині сектору, розраховувати на уважне ставлення від оточуючого середовища (влади, донорів, населення, ЗМІ і т .д) не можна і очікувати. Безліч питань, поки що без відповіді, а час не чекає...

Міф "На програми НУО повинні надавати кошти: влада, бізнес, донори, усі, хто хоче щоб ми взагалі працювали!"

Реальність "Ніхто немає затверджених законом зобов'язань перед НУО у наданні їм фінансової допомоги "

Потроху ми наблизилися до теми, яка завжди викликає природне зацікавлення та увагу - забезпечення матеріальної та фінансової бази НУО. Проблема пошуку фінансування для реалізації своїх програм стоїть гостро як для розвинутих організацій так і для молодих, новостворених НУО. Відсутність підготовлених фандрайзерів, відсутність розуміння, що пошук коштів - це не одноразова акція, а повсякденна робота, приводить як до залежності від одного донора, так і до того, що організація не отримуючи фінансування протягом певного часу спочатку тільки припиняє свою діяльність, а потім тихо "вмирає" - зовсім зникає

з громадського поля. Залежність від донорів, а інколи і від пріоритетів їх діяльності, приводить до хаосу у роботі багатьох НУО, коли організація спочатку займається допомогою інвалідам, потім зеленим туризмом, а потім ще виявляється фахівцем у наданні послуг підприємцям. Звідси і конкуренція за доступ до джерел фінансування (паралельна думка - от вам і етичні норми і побудова коаліцій!). Але, як на мене, НУО зараз мають переорієнтуватися з зовнішніх донорів (міжнародних фондів) на внутрішніх - місцевий бюджет та роботу з комерційними структурами, банками та підприємствами. Деякі організації вже мають позитивний досвід такої співпраці, треба приділяти більше уваги розвитку саме цього напрямку. Тому пошук фінансування, стратегії подальшого розвитку послуг НУО, все це пов'язано з розвитком соціального партнерства - взаємодії з різними суб'єктами громадянського суспільства на місцевому, регіональному рівнях. В Харкові, на відміну від інших міст України, вже діє система соціального замовлення, і тут великий внесок зроблено Управлінням з питань праці та соціального захисту населення Харківської міської ради, яке, прошу зауважити, без особливого тиску / лобювання з боку НУО прийняло Положення про соціальне замовлення та реалізує його. *Міф "Соціальне партнерство вже реалізовано у Харкові"*

Реальність "Соціальне партнерство є дієвим механізмом лише тоді, коли всі сторони трикутника бізнес - влада - НУО мають рівні права та обов'язки."

Продовжуючи тему соціального партнерства хочу підкреслити, що вона пов'язана із залученням бізнесу, населення до роботи з НУО і тут, велику роль відіграє відсутність PR - стратегій, які реалізовувалися б за напрямками: формування у населення позитивного ставлення до діяльності НУО, розвиток благодійництва та меценатства у бізнесі, а через розвиток - залучення до співпраці. Мені дуже запам'ятався один з тренінгів, який ми проводили для представників НУО у Харкові. Багато організацій нарікають на те, що вони роблять дуже багато корисних справ, надають безкоштовні послуги населенню, а про них ніхто не знає - ЗМІ не пишуть, влада не визнає і таке інше. Хоча, і багато організацій можуть навести приклади того в яких друкованих ЗМІ про них написали, і який сюжет показали по телебаченню. А якщо ви запитаете: а чи є у вас якщо не стратегія, то хоча б план роботи із ЗМІ- відповідь найчастіше негативна. А чи готові ви рекламувати / інформувати громаду про діяльність ваших колег - відповідь досить невпевнена-так (а що за цим стоїть насправді...) Отже, коли на тренінгу ми розглядали

тему розробки і реалізації програм взаємодії з оточуючим середовищем то для кожного учасника стало зрозуміло навіщо така програма для НУО. Тихе здивування викликала моя пропозиція оцінити необхідність спільних дій по роботі з населенням. Одна з думок, яку висловив один з учасників : а раптом після такої програми іншу організацію будуть "любити більше ніж мою, а я коштів вкладу більше ніж вони, де ж тут для мене користь? Що відповісти? Знову подумки повертаюсь до попередніх показників - професійний розвиток, рівень взаємодії, етичні норми.....

Може у вас, шановний читачу склалося враження, що я негативно оцінюю діяльність громадських організацій, і в нас все так погано Зовсім ні. Навпаки, я пишаюся тим, як багато корисних справ кожного дня роблять мої колеги з громадських організацій - піклуються про дітей і нужденних, допомагають розвивати творчі здібності і надають правовий захист, оберігають природу і займаються працевлаштуванням. І ще багато, багато корисних справ. Кожного дня, з року в рік. Але мене хвилює те, що ми поки що готові багато розказувати про свої досягнення (і це треба робити), а коли йдеться про тверезе оцінювання стану сектору - ми ховаємося за безліччю зовнішніх причин, які затримують цей самий розвиток і не хочемо бачити, а що можна і треба змінити в нас самих. Мені згадалася така мудрість : коли я був молодим - я хотів змінити світ, коли я став дорослим - я хотів змінити людей навколо себе, коли я став зрілим - я захотів змінити себе. Більше десяти років громадському руху в Україні, то які ми: молоді, дорослі, або вже настав час зрілості....

*Адреса БФ "Громадські ініціативи"
вул. Рибалко, 23, кв.56 м. Харків 61009
Україна*

БІБЛЮТЕЧКА для НДО

ІСКМ видає щомісячний бюлетень "НДО-Інформ", у якому подається інформація про роль НДО в Україні та за її межами, про основні принципи існування цих організацій, про позитивний досвід та перспективи.

Для того, щоб безкоштовно отримувати примірник бюлетеню, необхідно надіслати на поштову адресу ІСКМ офіційний лист-запит з печаткою організації.

ІСКМ, а/с 4/30, М.Кіровоград, 25006, Україна.

ДОБРО має ЗВЕРШИТИСЬ

Про одну з добрих справ Фундації імені Князів-Благодійників Острозьких, а саме різдвяну акцію, ми вже писали на початку року.

Сьогодні хочеться поговорити про Фундацію детальніше. У нас в гостях голова Ради Директорів цієї благодійної організації Руслан Краплич.

- З точки зору залучення фінансування, ваша організація є однією з найпотужніших в Україні. Розкажіть, як сталося так, що ви почали спеціалізуватися на фандрейзингу?

- Я думаю, що варто говорити не тільки про організацію, що спеціалізується на фандрейзингу. Оскільки кожна організація, якщо вона хоче працювати ефективно і допомагати людям, то вона повинна, значною мірою, займатися залученням фінансування. Не залучаючи коштів, зробити щось професійно неможливо. Варто, напевне, більше говорити про людей, що працюють в організації і цим займаються. Більшість наших працівників мають певний життєвий досвід. І в принципі, якщо ми кажемо, що є потреба, то ми завжди готові знайти кошти і навіть поставити рекорд. Але залучення фінансування - це тільки частина роботи. Якщо ж поділити взагалі робочий час організації, то в відсотках він складатиметься приблизно з таких частин: 10% - це той час, що ми присвячуємо роботі в офісі, підбору персоналу та його навчанню; 30% - це інформування про те, що ми хочемо зробити, що робимо, що плануємо; ще 20% - це реалізація проекту.

Так мало!?

Так. Те, що власне, ми хочемо робити - це лише 20%. Це та робота, над реалізацією якої працює наша організація. Решта ж часу, тобто 40% - це той час, який ми витрачаємо на залучення фінансування. І нічого дивного в цьому немає, тому що якщо ми розглянемо розподіл часу в бізнесі, то ми побачимо, що там така сама ситуація. Ми послуговуємося іншими цінностями аніж бізнес. Тобто, якщо в бізнесі є така особливість як конкуренція, то в громадських організаціях діє інший принцип. Поштовхом для

діяльності в третьому секторі служать передусім духовні цінності. На протигагу конкуренції в громадських організаціях є своя цінність - це партнерство. І навіть наша робота тут, в Кіровограді, наша участь у заходах Центру підтримки творчих ініціатив вказує на те, що ми цю цінність дійсно поділяємо і розвиваємо.

Руслан, як фандрейзер з досвідом, поділіться, яким чином можна залучати кошти. Адже далеко не кожна організація може це робити.

Дуже важко зробити однозначний рецепт залучення фінансування буквально для всіх організацій. Тут швидше потрібно використовувати якісь специфічні можливості, що існують в кожній НДО. Адже кожна організація, як і людина, є унікальною. І все ж є певні особливості, що притаманні всім. Ясно, що перед тим, як залучати фінансування, ми повинні знати, що ми хочемо зробити з цими коштами і заради чого ми маємо їх залучити. А друге, маємо точно знати, скільки нам потрібно грошей. При цьому, не слід соромитися і таких витрат, як адміністративні. Так, наше суспільство ще не готове до того, щоб жертвувати на заробітну плату працівникам громадських організацій. Бо коли люди приймають рішення зробити пожертву - вони не думають, що Іванову, Петрову, Сидорову потрібно дати заробітну плату. Вони думають про те, що потрібно надати допомогу дітям-сиротам, чи інвалідам, чи провести якісь культурологічні заходи чи подарувати книжки в бібліотеку. Тобто, вони пам'ятають передусім про благодійну діяльність, яку потрібно здійснити. Разом з тим законодавство України говорить, що 20% бюджету для благодійних організацій - це адміністративні витрати. І від будь-якої суми 20% ми можемо витратити на потреби організації. Знаючи це, ми можемо планувати кампанію. Найпростіший спосіб - це, звісно, розподілити процес залучення фінансування, щонайменше на 2 напрямки.

Перший напрямок - залучення коштів від громадян, що живуть в місті чи в селі, де діє громадська організація. Тут можна робити різні заходи: встановлювати скриньки, проводити волонтерські акції, просто виходити на площу і не просити гроші, а пропонувати зробити пожертву - бо це дуже принципово - пропонувати. Ми не просимо для себе, для своїх приватних потреб. Ми просимо для того, щоб допомогти комусь. Другий напрямок - це працювати з бізнесом, з місцевою владою. Є тут одна особливість, навіть секрет. Насправді, він дуже простий. Коли ми просимо пожертву, то мова йде про малі суми, як правило. Коли йдеться про великі суми, то йдеться про соціальне інвестування. Люди не бояться

жертвувати малих грошей, не боятися бути ошуканими на якусь незначну суму. А для того, щоб отримати кілька тисяч або декілька десятків тисяч - потрібно працювати. Так само, як багато НДО, що працюють з міжнародними донорськими організаціями. Потрібно готувати проект, подавати супровідні документи. Не один раз зустрічатися, проводити переговори і досягати того, щоб результатом цієї роботи була крупна пожертва. Особливість ще полягає в тому, що громадяни, які жертвують малі суми нічого не потребують взамін. Тому, що керуються, перш за все, мотивом благодійності. Вони вірять, що їх внесок комусь допоможе. Бізнес сприймає процес інвестування зовсім інакше. Бізнесмени не хочуть і не розуміють, що таке вкладати гроші на вітер". Бо дуже багато зусиль прикладають до того, аби заробити ті кошти.

Тому, коли ми говоримо про співпрацю з бізнесом, мова передусім йде про спонсорство. Спонсорство від благодійності відрізняється кардинально, тому що спонсор завжди мотивується тим зиском, який він матиме внаслідок проведеної акції. Нема зиску - нема пожертви. І навпаки, якщо передбачається вигода - пожертва, швидше за все, буде. Але бізнесмену потрібно довести, що участь в акції для нього є вигідною. Тому перед спілкуванням з потенційним спонсором, бажано мати такий собі спонсорський пакет" - проект з усіма додатковими документами, в яких описано - яку вигоду матиме бізнесмен у разі, якщо погодиться вкласти в проект кошти. Це може бути пряма вигода, як, наприклад, збільшення обсягу продажів, або, наприклад, демонстрація товарів і послуг. Припустимо, що гіпотетична фірма, яка називається пий без передиху", з радістю даватиме гроші на виготовлення футболок з написом пий без передиху". Або ж безплатно виставить зразки своєї продукції на масовому фестивалі, де всі ходитимуть у їхніх футболках і дегустуватимуть продукцію фірми. Тому що, через якийсь час, хтось з присутніх на фестивалі може купувати продукцію фірми спонсора. Так само можна говорити і про рекламу. Але реклама зараз, на жаль, не є найбільшим мотивом. Головним мотивом, все ж таки є збільшення продажів. І це ще більше примушує громадські організації та благодійні фонди продумувати свої стратегії і заходи так, щоб забезпечити потреби конкретних громадян, зважаючи при цьому на інтереси фінансових партнерів. Ось чому йдеться про інвестиції.

Коли ми даємо визначення соціального інвестування, то мусимо говорити про дві дуже важливі речі. З одного боку, соціальні інвестиції в

вирівнювання купівельної спроможності громадян, бо бідна людина не може купити товари і послуги. Вкладаючи кошти в соціальну інвестицію, ми піднімаємо соціальний рівень людей, які стають потенційними покупцями. Не весь бізнес це розуміє, але крупні компанії до цього вже дійшли.

Руслане, наріжним каменем Вашої промови на семінарі була думка про те, що весь механізм залучення коштів базується на довірі. Ця теза справедлива тільки по відношенню до громадян чи всіх інвесторів ваших проектів?

Це, власне і є та друга підвалина про яку я казав. Перша - соціальне інвестування, як спосіб підвищення купівельної спроможності громадян, і друга - це довіра, найбільший соціальний капітал. Щоб продемонструвати це, можу навести приклад Фондації імені Князів-Благодійників Острозьких. Підемо від зворотного. Зараз, коли приїжджають до нас представники громадських організацій на стажування і отримують скриньки для того, щоб залучати у місті пожертви, то чують від громадян багато добрих слів. Кажуть: „Як прекрасно, що цим хтось займається, що хтось допомагає дітям-сиротам, чи самотнім престарілим", - прекрасно, що люди стають відкритішими. Можу сказати, що кількість пожертв та їх величина за останній час досить зросла. Так було не завжди. Ще 2 роки тому у нас була ситуація такою ж, як зараз в Україні в цілому.

Коли ми вперше спробували вийти на площу і поставили плакати з назвою організації та акціями, які вона проводить чи хоче провести, то ми почули від перехожих багато прикрих речей, передусім на свою адресу, на адресу людей, які залучають фінансування. Коли люди не довіряють, вони не схильні жертвувати великих сум. Саме тому, тоді в нас були маленькі пожертви по 5-10 копійок. Тоді, як сьогодні багато людей, переважна більшість, робить пожертви по одній гривні. Велика кількість громадян (звичайних перехожих) жертвує по 5 гривень і все частіше з'являються пожертви купюрами номіналом 20, 50 гривень. Те ж саме в магазинах, де стоять скриньки.

Ось такий приклад. На різдвяну акцію в одному з магазинів, де стояла така скринька продавці вирішили, що зібрана сума буде дуже малою. Коли ж відкрили скриньку, то виявилось, що поряд з копійками є згорток, начебто тісно згорнута купюра номіналом 50 гривень. Почали розгортати і побачили, що купюра чотири. Це означає, що одна людина поклала 200 гривень і ніхто навіть не помітив. Це ознака великої довіри. Для того, щоб підтримувати цей рівень довіри, ми повинні

АКТУАЛЬНА тема

писати про те, що, дійсно, такі факти мали місце, що такі пожертви ми отримували. Ми не знаємо від кого, але дякуємо тим, хто це робить. Ми повинні показувати як і коли проходять акції, скільком людям ми допомагаємо. Запрошувати постійно до співпраці громадян, щоб вони своїми руками, а не тільки коштами допомагали. Якщо в місті 300 чи 400 тисяч і кожен з працюючих або отримуючих якісь доходи, хоча б раз на рік зробить пожертву, то ми можемо сказати, що в місті з 400 тисячним населенням точно можуть пожертвувати 150 тисяч гривень. Це може бути бюджетом організації, і не такої вже малої. Виходить так, що потрібно подумати, як завоювати довіру цієї кількості людей. Що треба робити, аби ці люди зрозуміли потребу благодійності? Потрібно постійно говорити про те, що саме ми робимо і як ми допомагаємо.

Тобто ви віддаєте перевагу роботі із звичайними громадянами? Це надійніше, аніж шукати гроші за кордоном або відшукувати собі вітчизняних спонсорів?

Коли ми говоримо про довіру, то саме так, бо довіра завжди підсумовується. Чим більше вам довіряють громадяни, що живуть в цьому місті, тим краще. Одна з акцій в нас називається „З дверей в двері“. Це коли ми йдемо по будинках і стукаємо в усі двері. Звісно, не всі жертвують, але значна частина допомагає. Серед тих громадян є і бізнесмени, вони читають бізнесові газети. Саме тому свої повідомлення ми намагаємося розміщувати в них, в рекламних виданнях і тоді через якийсь час бізнесмени теж починають жертвувати. Якщо ж говорити про перевагу, то насправді такої не існує. Чим більше джерел ми залучаємо, чим менші пожертви, але від більшої кількості людей ми отримуємо, тим більшою є загальна сума благодійних внесків. Ми повинні користуватися і тим, чим користуються бізнесові структури. От, наприклад, банки. Їх не назвеш активними благодійниками. В них благодійність навіть в бюджеті запланована, але вони рідко діляться грошима з громадськими організаціями. Благодійність чи спонсорство банки намагаються зробити частиною своєї PR-кампанії. Є теорія банківської справи. Вона говорить приблизно так - суми депозитних вкладів повинні розподілятися наступним чином: громадяни мають малі доходи - тому сума вкладу мала, а відсоток великий. Тоді як юридичні особи, підприємства, установи, організації оперують більшими коштами. Тому відсоток має бути малим, а сума значною.

Ми зробили достатньо вдалий експеримент. З одним з комерційних банків домовилися про те, що Благодійний фонд Фондації імені Князів Острозьких

цей банк, в порядку експерименту, буде вважати фізичною, а не юридичною особою. Ні один документ Національного банку не обмежує і не говорить про те, що благодійний фонд не може отримати більші відсотки на менші суми. З цим банком у нас така домовленість є і тепер фонд може вкладати найменші суми під найбільші відсотки. Перше з чого ми почали, так це поклали \$30000 під 12% річних. Банк нічого, в принципі, не втратить, він здобуває в оперування на рік наші гроші, але ми здобуємо капітал, що буде про інвестовано в добрі справи. Виграє від цього і суспільство і банк. Коли говоримо про соціальні інвестиції, то йдеться про суми значно більші, ніж 30000 доларів США, але це перші кроки соціального інвестування.

Дуже часто добрим іменем якогось фонду або організації прикриваються не добросовісні люди, що прагнуть заробити на цьому гроші. Яким чином Ви захищаєте свій фонд від шахраїв?

Щодо запобігання шахрайству, то такі випадки завжди траплялися, трапляються та, нажаль, можуть траплятися і в майбутньому. Тут важливо, щоб усе було легально. Це означає, що ми повинні підготуватися дуже серйозно до роботи. По перше, люди, що встановлюють скриньки, мають яскраві ознаки того, що вони є представниками організації. Перш за все - це футболка, що видається тільки персоналу. Друга ознака - це обов'язково назва організації, посвідчення чи бейдж, де є ім'я, печатка (не копія, а оригінал), номер телефону фонду. Так само опечатано скриньки. Встановлюючи скриньку, підписується документ про її встановлення. Вилучаються кошти у відповідності до акту, який підписують працівники магазину та представники фонду. Після того, як кошти вилучено та здано в банк, в магазин присилається документ з підтвердженням того, що така-то сума була зібрана в цьому магазині. Це все дає змогу простежити рух коштів. І ще ми ніколи не забираємо скриньку. Після того, як її встановили, люди, які погодилися, щоб вона там стояла обов'язково погоджуються і на продовження акції. Ми просто змінюємо плакат, що закликає до пожертви на конкретну благодійну діючу акцію і залишаємо всі документи. Перший спосіб запобігти шахрайству - це пояснити, як має відбуватися процедура, як мають виглядати люди, які саме офіційні документи вони повинні при собі мати. Зрозуміло, що всі ці документи засвідчені печаткою.

Якось у розмові на семінарі Ви згадали про візитки організації. Як Ви їх розповсюджуєте і з якою метою?

Коли ми говоримо про довіру (а будь-які успіхи в залученні фінансування це результат реалізації цієї

довіри), то ми мусимо говорити так само і про інформування. Акції на вулиці - це не тільки залучення фінансування та залучення добровольців, які це будуть продовжувати. Це так само інформування про те, що ми робимо. Візитка, яка дається виготовляється дуже просто. Це звичайні копії, на яких немає печатки, але на ній написано на яку акцію залучаються кошти, вказано всі банківські рахунки, бо їх в нашій організації декілька, вказано телефони, адресу офісу і на звороті - дуже багато інформації про нашу організацію. Хоча ця візитка, як і будь-яка інша візитна картка - невеликого формату, але вона повністю заповнена інформацією. Навіть, якщо люди викинуть її через 20 кроків, то по перше, вони отримують щось взамін своєї пожертви, а, по-друге, якусь інформацію про нас. Таким чином образ нашої організації залишається з ними надовго. Ось чому так важливо давати щось. Ми даємо не тільки візитки, але й календарики. Спочатку цей календарик давався, коли люди робили пожертву по одній гривні. Зараз, коли люди дають більшу пожертву. З одного боку - це звичайний календарик. А з іншого - є тільки один простий напис. Всього два слова: "будь благодійником" та емблема нашої організації. Отримуючи це, люди починають поступово рости духом. В Біблії є одна така фраза, яка може пояснити стан людини, що робить пожертву. Там написано приблизно так: "радість людини - благодійність її". Це означає, що людина, яка робить пожертву стає радіснішою від того, що добро має звершатися і це добро звершиться за їх участю. Тому будь "благодійником" - це підбадьорювання та заклик до майбутньої співпраці. Це по суті і є довіра.

Розмову вела Еліна Мороко

ОСВІТНІ проекти інформаційної служби

Прихильники німецької теорії трьох літер "К" навряд чи зрозуміли б жінок, які залишивши родину, дітей та кухню подалися у дальні краї переймати заокеанський досвід по діяльності громадських організацій. Серед тих представниць українського жіноцтва, що побували в 1996-у на тритижневому семінарі в Америці була і Олена Гаращенко, директор обласної універсальної наукової бібліотеки ім. Д. Чижевського. З цього, власне, все і розпочалося. Запалена ідеями

тендерної рівності, керівник закладу, в якому працюють переважно жінки, почала шукати однодумців серед своїх колежанок. І хоча спочатку до складу ініціативної групи входило не більше трьох осіб, згодом прибічниць жіночої активності побільшало. Прийняття Пекінської платформи дій Четвертої Всесвітньої конференції ООН зі становища жінок остаточно переконали ініціативну групу в тому, що потрібно щось в цьому житті змінювати. Енергійні, сповнені знань і бажання працювати жінки вирішили створити організацію, яка б допомагала знайомим і незнайомим подругам власноруч будувати своє життя. Оскільки головною формою діяльності організації було обрано інформування,



то і назвали її обласною інформаційною службою з актуальних питань жіноцтва" (ОЖІС). Пріоритетами ОЖІС стали питання тендерної рівності, жіночого лідерства, запобігання торгівлі жінками, і як це не дивно на перший погляд звучить - жіночих людських прав.

Спочатку була робота над Довідником жіночих організацій Кіровоградської області. Потім - створення інформаційної бази даних з актуальних питань жіноцтва та низка семінарів і тренінгів, провідною тезою яких було досягнення тендерної рівності. Наприклад, кілька проектів ОЖІС було спрямовано на вирішення проблеми попередження насильства в сім'ї та торгівлі жінками.

В рамках однієї з програм для жінок, що хотіли б працювати за кордоном проводилася і низка спеціальних тренінгів ти не одна". Популярність заходу була настільки високою, що інколи це навіть заважало. Доходило і до казусів. Принаймні ніхто не сподівався, що на тренінги, які розраховані на суто жіночу аудиторію проситимуться і чоловіки. Представників сильної статі було стільки, що організаторам навіть довелося подумати над тим, щоб змінити назву тренінгу на більш нейтральну.

Поступово від вузько жіночої тематики ОЖІС перейшла до проблем загальних. Вже третій рік діє проект мережа громадянської освіти". Саме з його допомогою на базі 7 центральних та міських бібліотек регіону відкрито інформаційно-ресурсні центри, кожен з яких оснащено комп'ютерами, принтерами та літературою з відповідної тематики. Передбачена проектом і оплата Інтернет - зв'язку.

Гідно оцінивши переваги новітніх технологій, в цьому році в ОЖІС почали працювати над ще одним проектом. Спрямований він на розвиток громадянського суспільства і пов'язаний з електронним врядуванням. Оскільки термін для нас досить незвичний, то про нього і поговоримо.

Активно обговорювати можливості нового напрямку у колах інформаційних фахівців почали лише на початку минулого року. Власне, електронне врядування - це той напрямок, що дозволяє громадянам мати повну інформацію про діяльність органів влади і навіть дає їм можливість брати участь в розробці тих, чи інших рішень. Таким чином, абстрактне словосполучення прозорість влади" поступово переходить в площину реальну, а разом і віртуальну. На базі бібліотеки ім. Д.Чижевського вже створено повнотекстову комп'ютерну базу даних, що вміщує документи обласної держадміністрації та обласної Ради. Вже зараз у красназничому відділі бібліотеки нараховується більше 100 опублікованих та неопублікованих документів, постанов, рішень, розпоряджень, тощо. Сюди входить інформація про місцеві бюджети та податки, комунальну власність, приватизацію, а також інші відомості соціально-економічного, культурного та освітнього характеру. Одне слово - всі питання, що висвітлюють життя місцевих громад. Аналогічну інформацію, до того ж не лише обласного а й районного рівня можуть отримати і громадяни з 21 району області. Відрадно і те, що база даних поповнюється щоденно.

Взагалі, як показує світова практика, публічні бібліотеки є потужними інформаційними центрами місцевої спільноти. Це вони акумулюють інформацію, що допомагає у задоволенні життєвих потреб громадян і гарантує їм права та свободи. І дуже гарно, що в Обласній інформаційній службі з актуальних питань жіноцтва це розуміють.

*Вул. Карла Маркса, 24, м. Кіровоград,
Україна 25006
тел. (0522)226575 факс: (0522)226506
e-mail: omh@library.kr.ua
www.ozis.kr.ua; www.library.kr.ua*

МОЛОДЬ В "Екстазі"

Коли я відвідувала США, то помітила, як багато уваги звертають там на профілактику властивого молоді бажання експериментувати із наркотиками. В Україні, так само як і в США, популярними серед дорослих (!) є програми під назвою "Скажи наркотикам "Ні!". Але почасти таке гасло не викликає довіри з боку молоді.

Чи є проблема вживання наркотиків актуальною сьогодні для України? За словами спеціалістів БФ "Повернення до життя" у більшості випадків вживання наркотиків у підлітковому віці носить експериментальний характер і більшість дітей проходять цей період без тяжких наслідків для себе. Втім є частка дітей, чії експерименти виходять з-під контролю і юнацтво стає залежним... Починається це по-різному: хтось допиває після дорослих залишки алкогольних напоїв, інші під керівництвом "старших товаришів" варять з коноплі дурманні суміші, треті, наслідуючи батьків, починають палити, а четверті на дискотеках "причашаються" до таблеток.

Наступне питання - чому так відбувається? Батьки моїх друзів кажуть, що молоде покоління вкрай розбещене американськими "кіношками" та кислотними вечірками. При цьому вони забувають, як "відпочивали" колись самі, а тому, створені дорослими, проекти профілактики наркозалежності мають характер "нульової толерантності" (амер.), тобто спрямовані на те, щоб будь-що утримати молодь від вживання наркотиків. А як бути з тими, хто вже їх спробував?

...Коли я вперше познайомилась з роботою БФ "Повернення до життя", то була вражена тим, що у своїй газеті для наркотично залежних людей вони пояснювали як дотримуватися правил безпеки при введенні ін'єкційних наркотиків. Така профілактика для когось може здатися справді дивною, але вона дає свої результати: поруч із обміном використаних шприців людям роздається профілактична література, а ті наркомани, які є ВІЛ-позитивними, простіше йдуть на контакт і з'являється надія поставити їх на облік. А ще спеціалісти БФ проводять профілактичну роботу в школах - на реальних прикладах пояснюючи ризик вживання наркотиків.

*Ірина Білецька
БФ "Повернення до життя" вул. Привокзальна, 20
м. Знам'янка Кіровоградської області 27406 Україна*

"В дитині бачив над усе людину..."

Цими словами академіка Юрія Мальованого із його вірша, присвяченого пам'яті Василя Сухомлинського, хочу розпочати короткий нарис про діяльність Української Асоціації імені В.О. Сухомлинського. Адже нещодавно світова спільнота святкувала 85 років від дня народження видатного педагога і основні заходи з цього приводу відбувалися на території Кіровоградської області, де у селі Павлиш з 1948 по 1970 рр. жив і працював директором Василь Олександрович.

...Більше за все мене вразили слова дочки Сухомлинського, Ольги Василівни, яка, відповідаючи на закиди журналістів про відсутність фінансування та нормальної технічної бази у сучасних школах, а отже і про відсутність мотивації у вчителів до впровадження гуманістичних ідей великого педагога, сказала: "Згадайте, що у Василя Олександровича у сільській школі не було нічого, окрім крейди, указки та дошки. І в таких умовах він зумів побудувати систему виховання дитини, спираючись на природу: на схід сонця, на квітку, на гудіння бджоли". Звичайно, погодилась вона, стан освіти сьогодні багато в чому є соціально зумовленим - відсутністю нормальних умов проживання для молодих вчителів на селі, низьким рівнем захищеності тих, хто виходить на пенсію. Але головне - бажання творити і бути вправним інженером дитячих душ.

Втім, зараз мова не зовсім про проблеми вчителів та системи освіти в Україні загалом. Мова піде про неприбуткову громадську організацію - Асоціацію В.О. Сухомлинського, голова якої, Ольга Савченко, також приїздила до Кіровограда на Другі Міжнародні та Десяті Всеукраїнські читання, присвячені пам'яті Великого педагога.

Ольга Яківна, академік АІШ України, на прес-конференції розповіла журналістам, що Українська Асоціація Василя Сухомлинського була заснована в листопаді 1990 року як добровільна громадська організація, покликана досліджувати і впроваджувати в життя творчу спадщину вченого-педагога. У рамках своєї діяльності Асоціація проводить семінари та конференції, а також конкурси для педагогів, об'єднуючи таким чином небайдужих науковців, вчителів, студентство із різних регіонів України.

ОБМІНЮЄМОСЯ ДОСВІДОМ

словами пані - академіка, членство в Асоціації може бути індивідуальним чи колективним і члени сплачують на рахунок організації членські внески у сумі від 10 до 100 гривень. Частина від цих коштів надходить на рахунок Павлівської школи, що допомагає закладу існувати в наш нелегкий час. Рештку витрачають і на видання книг, і на проведення вищезазначених заходів.

На початку дев'яностих років Асоціація виграла декілька грантів від МФ "Відродження", один - на придбання комп'ютера для Павлівської школи, інший - на видання книги про Сухомлинського. От і все. Чи не дивно, що відома в усій державі організація із численним членством та безліччю талановитих людей в її лавах не використовує можливості, що їй надають для НУО різноманітні благодійні фонди та організації?!

Справа тут, мабуть, у консервативності поглядів засновників більшості громадських організацій, що заважає їм діяти відповідно до вимог сучасності. З іншого боку діяльність Асоціації Василя Сухомлинського є прикладом того, як маючи всі передумови для ефективної і тісної співпраці із грантодавчими структурами можна плідно працювати і з структурами державними. Як кажуть, кожен робить свій вибір.

Вікторія Талашкевич

КІРОВОГРАДІ у Першій лізі

Мається на увазі Перша Ліга Чемпіонату України (ЧУ) по "Що? Де? Коли?", в яку потрапила команда "Проект "Геркулес", капітан - Олександр Касенко, меценат - Новоукраїнський комбінат хлібопродуктів. Загалом із 26-ти команд, що приїхали до Харкова змагатися у рамках цього етапу ЧУ, п'ять перших потрапили до Вищої Ліги, а 16 наступних, серед яких і "Проект "Геркулес", - до Першої Ліги. Всі ігри, що відбуватимуться у вищезазначених Лігах, проводить Всеукраїнська неприбуткова організація "Ліга Українських Клубів інтелектуальних ігор". До Правління цієї організації входить і член команди "Проект "Геркулес", почесний президент КОМО "Кіровоградська обласна Ліга інтелектуального розвитку" Олександр Дануца. Наразі КОМО "КОЛІР" готується до проведення у Кіровограді Першого етапу Чемпіонату області по «Що? Де? Коді?». Вестиме гру член команди Вищої Ліги ЛУК «Хіт – 2000» Володимир Улахович (м. Донецьк).

"УКРАЇНСЬКО - білоруське партнерство для розвитку громад"

Тендер оголошено Фондом Євразія та Міжнародним фондом „Відродження” в рамках першого етапу програми „Українсько - білоруське партнерство для розвитку громад”. Метою його є сприяння розвитку ініціатив громадських організацій та між секторального партнерства, об'єднання зусиль представників територіальних громад для розробки ефективних та відкритих механізмів розв'язання місцевих проблем, шляхом встановлення співпраці між представниками територіальних громад України та Білорусії.

Програма діятиме протягом 2 років; складається з трьох етапів:

I етап - організація та проведення стажування представників білоруських громад в територіальних громадах України (12-14 місяців).

II етап - конкурсний відбір та реалізація проектів білоруськими громадами, що брали участь в стажуванні (6-8 місяців).

III етап - проведення підсумкової конференції та оцінка програми.

Перший етап програми передбачає тендерний відбір української організації, на яку буде покладена відповідальність за проведення стажування делегацій представників білоруських територіальних громад (приблизно 6-Ю делегацій в складі з 6-10 осіб в кожній), які будуть складатися з депутатів місцевих рад, представників громадських організацій, місцевих ЗМІ, незалежних аналітичних центрів. В територіальних громадах України вони перебуватимуть з метою:

підвищення їх здатності до кваліфікованої участі у вирішенні місцевих проблем; розробці та реалізації ефективних механізмів між секторальної співпраці; реалізація контролюючих функцій над діяльністю виконавчих органів місцевих рад та органів державної влади на місцях; сприяння інституціоналізації білоруських експертних та ініціативних груп, що працюють в сфері розвитку громад та місцевого самоврядування;

встановлення систематичних робочих контактів між українськими та білоруськими спеціалістами та громадськими організаціями, які працюють в сфері

розвитку громад, муніципального та регіонального управління;

підготовка консультантів білоруських аналітичних центрів, які будуть надавати консультативну (юридичну, організаційну, аналітичну) допомогу представникам територіальних громад, органам місцевого самоврядування, органам самоорганізації населення, неурядовим організаціям та окремим громадянам Білорусії. *До участі в тендері запрошуюються:* Неприбуткові організації, аналітичні центри, недержавні науково-дослідницькі інститути, діяльність яких безпосередньо пов'язана з тематикою тендера, які мають досвід реалізації спільних проектів за участю білоруської організації-партнера.

Заявка, що надана на тендер повинна містити: визначення територіальних громад в Україні, де буде проходити стажування за принципом „братерства” (делегація представників територіальної громади Білорусії - українська громада); орієнтовний графік проведення навчальних тренінгів; перелік навчально-методичних матеріалів у відповідності із законодавчими та нормативними актами Республіки Білорусь, які повинні бути підготовлені в рамках проекту; інформацію про експертів, що будуть брати участь в розробці програми учбового стажування та навчально-методичних матеріалів; програму ситуативних прикладів (*case studies*), яка буде підготовлена на основі прикладів вивчення місцевих проблем громадськими організаціями, органами самоорганізації населення, місцевими Радами та виконавчими комітетами рад тих територіальних громад України, де будуть проводитися навчальні тренінги; умови та схему проведення конкурсу та критерії відбору працівників білоруських територіальних громад для участі в стажуванні; чіткий план, графік та бюджет проведення конкурсу; чіткий план реалізації та бюджет програми.

Представлена програма навчальних стажувань повинна фокусуватися на такій тематиці: основи визначення політики та експертного аналізу в форматі документів аналізу політики (*policy paper*);

нормативне регулювання підтримки громадських ініціатив; планування соціально-економічного розвитку територій; розробка процедур та механізмів притягнення громадськості до діяльності органів місцевого самоврядування; вирішення проблем розвитку територій, механізмів встановлення та реалізації між секторального партнерства; визначення способів та процедур реалізації контрольних функцій місцевих рад;

нормативно-правове, організаційне забезпечення та функціональні механізми діяльності органів самоорганізації населення; управління ресурсами розвитку територій.

Проекти, що подаються на тендер повинні містити усю зазначену вище інформацію.

Проекти подаються в 7 примірниках на російській мові.

Бюджет тендера: \$100000 на 12 місяців. Останній строк подання заявок-17 листопада 2003 року.

Результати розгляду проектів будуть повідомлені до 20 січня 2004 року. *Просимо звернути увагу:*

проекти повинні бути підготовлені російською мовою (аплікаційна форма);

розглядаються тільки оригінали проектів (з підписами та печаткою);

проекти, які прийдуть в Фонди по закінченню вищезазначеного строку, не будуть розглядатися;

надані факсом чи електронною поштою проекти не розглядаються;

гранти не надаються політичним партіям, релігійним общинам та приватним (фізичним) особам;

представлені на конкурс матеріали не повертаються і не рецензуються;

про результати конкурсу учасників інформують письмово;

остаточне рішення відносно заявки перегляду не підлягає;

причини відмови в підтримці проекту не розглядаються. *Контактні особи:*

Координатор програм Фонду Євразія: Олена Саєнко
Телефон: (044)238-2696

E-mail: es@eurasia.kiev.ua

Асистент програм Фонду Євразія: Катерина Копчук
E-mail: km@eurasia.kiev.ua

Менеджер програм МФВ: Роман Кобець

E-mail: kobets@irf.kiev.ua

Асистент програм МФВ: Олександра Гарячева
Телефон: (044) 461-9709

E-mail: alekseenko@irf.kiev.ua

Факт отримання проектів офіційно підтверджується листом, який надсилається аплікатам протягом 7 днів з моменту отримання кореспонденції.

Проекти надсилати поштою на адресу:

*Відділ управління проектами,
Міжнародний фонд "Відродження",
вул. Артема 46.
м. Київ, 04053,*

СТАЖУВАННЯ В США

Відділ освіти та культури посольства США та Проект Гармонія повідомляють про проведення програми "Громадські зв'язки" в Кіровоградській області. Програма передбачає стажування українських фахівців в США (терміном від 3 х тижнів до 1 місяця) з метою обміну досвідом, набуття нових навичок та встановлення зв'язків між громадськістю США та України. Усі витрати покриває уряд США.

В Кіровоградській області буде відібрано 3 групи (по 10 осіб) за такими напрямками:

- бізнес (особи, які займають керівні посади на малих та середніх підприємствах, обов'язкове знання англ. мови)

- Агро - бізнес (фермери та особи, які працюють на посадах, пов'язаних з прийняттям рішень в агрофірмах) - володіння англійською мовою не вимагається.

- журналісти друкованих ЗМІ володіння англійською мовою не вимагається.

Останній термін подання анкет 21 листопада 2003 р.

За детальною інформацією звертайтеся до Проекту Гармонія в Одесі: (0482) 22-66-57, (048) 777-10-15 та Києві: (044) 295-22-53, 295-72-09

Отримати та здати анкети можна за такими адресами:

- Кіровоградська обласна бібліотека для юнацтва, вул. Декабристів 6/15 (вхід з вул. **Леніна**)

- Центр підтримки творчих ініціатив, вул. **Орджонікідзе, 7, офіс 309 (приміщення Правекс Банку)**