

- ➔ АКТУАЛЬНЕ ІНТЕРВ'Ю
(ІННА ФІЛІПОВА:
НДО МАЮТЬ БУТИ
БІЛЬШ ЕФЕКТИВНИМИ І
НАПОЛЕГАВЛИВИМИ)
- ➔ ПЕРСПЕКТИВИ
(ВІДПОЧИНОК НА СЕЛІ)
- ➔ КАЛЕНДАР ПОДІЙ
- ➔ БІЗНЕС І СУСПІЛЬСТВО
(СЫЛАНА КУЦ :
КОРПОРАТИВНА
ФІЛАНТРОПІЯ В УКРАЇНІ)
- ➔ НДО ДЛЯ БІЗНЕСУ
(АНДРІЙ КРИВУЛЯК : ЗАДАЯ
ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ІДЕЙ
ПІДПРЕМНИЦТВА У РЕГІОНІ)
- ➔ КОМЕНТАР ФАХІВЦЯ
(ВІТАЛІЙ ЯНОК :
ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ,
ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА НАДАННЯ
АБО ВІДМОВУ У НАДАННІ
ГРАНТІВ)
- ➔ БІБЛІОТЕЧКА ДЛЯ НДО
- ➔ КОНКУРС



ВІДПОЧИНОК НА СЕЛІ...

СВОЄРИДНА МОДА НА ВІДПОЧИНОК У СЕЛІ, ШО ПОШИРИЛАСЯ В ЄВРОПІ ОСТАННІМИ РОКАМИ, ДІШЛА Ї ДО УКРАЇНИ. ЦЕЇ ВИД ТУРИЗМУ ДЛЯ УКРАЇНЦІВ НЕ Є НОВИНОЮ: ШЕ НА ПОЧАТКУ ХХ СТ. ДО КАРПАТСЬКИХ СІЛ ПРІЇЗЖАЛИ НА ВІДПОЧИНОК ВІДОМІ УКРАЇНСЬКІ ПИСЬМЕННИКИ, ХУДОЖНИКИ, АРТИСТИ, ПОЛІТИКИ. НІНІ СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ РОЗВИВАЄТЬСЯ В 14 ОБЛАСТЯХ, ВЕЛКОЮ МІРОЮ – ЗАВДЯКИ ІНІЦІАТИВІ СПІАКИ СПРЯНЯННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ, ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ ГРОМАДСЬКОЇ НЕПРИБУТКОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.

(ПРОДОВЖЕННЯ НА 2-І СТОРНІШІ)

Видання цього бюлетеня здійснено за підтримки Фонду Євразія за рахунок коштів, наданих Агентством США з Міжнародного Розвитку (USAID).



Думки, висловлені у виданні, належать авторам і можуть не співпадати з офіційною позицією Фонду Євразія, USAID та редакції бюлетеня.

ІННА Філіппова: НДО мають бути більш ефективними і наполегливими

В світі вже давно склалася думка про те, що краще всього суспільство розвивається тоді, коли громадяни беруть відповідальність за своє соціальне та економічне майбутнє. Як правило, можливість займатись такою діяльністю вони отримують в НДО. Широко розвинута на заході громадська активність в Україні тільки народжується. Щоб підтримати гарні починання іноземні меценати цілеспрямовано вкладають кошти в іде/наших співвітчизників. Серед таких організацій і американський Фонд Євразія. Про основні напрямки діяльності Фонду сьогодні розповідає координатор Київського регіонального представництва Фонду Євразія Інна Філіппова.

Фонд Євразія було створено з метою більш ефективного розвитку ринкових відносин, вдосконалення системи місцевого самоврядування та розвитку громадянського суспільства в країнах СНД. Діяльність Київського представництва обіймає три країни: Білорусь, Молдову та Україну. В даний момент ми підтримуємо цілий ряд ініціатив, заходів, різноманітних тренінгів, курсів, спрямованих на розвиток вищезгаданих напрямків. Якщо говорити про розвиток ринкових відносин (а Фонд Євразія працює в сфері розвитку малого та середнього бізнесу), то тут можна

- 1) виділити три основні напрямки:

- сприяння більш ефективному розвитку аграрної реформи в Україні;
- 2) розвиток туристичної галузі в цілому, і зокрема, зеленого сільського туризму;
- 3) заходи спрямовані на більш ефективний захист інтелектуальної власності та просування власних ідей щодо цього.

Велику увагу наш Фонд приділяє вдосконаленню системи місцевого самоврядування. Що стосується громадянського суспільства, то тут ми працюємо з цілим циклом програм. По-перше, це сприяння більш ефективному розвитку незалежних ЗМІ в Україні. Як правило, ми працюємо не з телебаченням чи радіо, а з друкованими засобами масової інформації, можливо Інтернет - виданнями. Другим напрямком є підтримка волонтерського руху, благодійності та благодійних фондів, тобто більш ефективної системи філантропії в Україні. Хоча, напевно, словосполучення «більш ефективної» тут не



дуже влучне, оскільки вона взагалі ще знаходиться в зародковому стані. Третій напрямок, яким ми досить довго і системно займаємось - програма розвитку ресурсних центрів. І тут мені дуже приємно визначити Кіровоградський Центр підтримки творчих ініціатив. За час співпраці вони показали себе як високопрофесійні, надзвичайно активні та надійні партнери. До речі, на Кіровоградщині є лише дві організації - ЦГПТІ та ІСКМ - з якими ми працюємо. Чому так - мені, чесно кажучи, не зовсім зрозуміло. На мою думку, НДО мають бути більш ефективними і наполегливими. Серед організацій, які отримали гранти Фонду Євразія Кіровоградщина представлена недостатньо. Важко зараз пояснити і мотивувати чому саме так, але якщо комусь буде цікаво взятися до вирішення проблем у напрямках, які ми підтримуємо, то ми будемо дуже раді співпраці. На нашу думку, в Кіровоградській області теж є живі, діючі організації, які плідно працюють в даних напрямках, та в силу різних об'єктивних чи суб'єктивних причин ще не працювали з нашим Фондом. Зокрема, на конкурс щодо розвитку зеленого туризму жодної гідної пропозиції з вашої області так і не надійшло. І хоча конкурс вже закінчився, найближчим часом ми розглянемо можливість продовжити підтримку розвитку зеленого туризму в Кіровоградській області.

Контактна інформація:

Фонд «Євразія», Київське
Регіональне представництво
Вул. Б. Хмельницького, 55,
6-й поверх, Київ, 01054, Україна
Тел./факс (044) 238 26 96, 246 99 61
E-mail: Eurasia@eurasia.kiev.ua
Web: <http://www.eurasia.org>

ВІДПОЧИНОК на селі

Зелений туризм - це специфічна форма відпочинку в селі, коли проживання, харчування та обслуговування туристів забезпечує сільська родина. Найціннішим туристичним ресурсом села є мальовнича українська природа, брак спілкування з якою відчувають більшість мешканців міст. У різних регіонах України можна скористатися й цілющими властивостями природи. Йдеться про ландшафтний, кліматологічний, бальнеологічний та інші чинники. Крім того, українське село має багатий пізнавальний потенціал, бо зберегло чимало історичних пам'яток, етнографічних цікавинок, традицій народних промыслов, мало відомих міським мешканцям. Житель великого українського міста сприймає сільський побут, культуру села як захопливу екзотику. Ще більшою екзотикою село видається іноземному туристові. Завдяки природному розмаїттю цей вид відпочинку можна практикувати в усіх регіонах України.

Сьогодні сільський туризм розвивається в Криму, Київській, Полтавській, Хмельницькій, Тернопільській, Одеській, Херсонській, Миколаївській областях, а також у карпатському регіоні - на Львівщині, Івано-Франківщині, на Закарпатті та Буковині. Туристів найбільше цікавлять села, що лежать на морському узбережжі, неподалік річок та озер, у горах, поблизу джерел мінеральних вод, покладів лікувальних грязей. Відвідувачів притягують також ті місцевості, які пов'язані з визначними подіями української історії та культури (Диканька, Опішня, Петриківка тощо). Останнім часом поширюється специфічна форма сільського туризму - релігійне паломництво до найвідоміших святинь (наприклад, у селі Зарваниці на Тернопільщині).

Відпочинок на селі приваблює передусім мешканців великих міст України, які мріють хоча б трохи пожити в екологічно чистій місцевості, поласувати традиційними українськими стравами, приготованими з натуральних продуктів, відпочити від шаленого ритму життя в спокої мальовничої сільської садиби. Чимало людей вивозять дітей на село для оздоровлення. Туристів до села притягує також відчуття волі, якого не дають масові курорти. З господарем можна вигідно домовитись про терміни та умови проживання, про склад харчування, про екскурсії тощо. "Офіційний" турист такої свободи вибору зазвичай позбавлений.

Деяких людей приваблює екзотика сільської праці. Городяни хочуть показати своїм дітям, звідки береться хліб, молоко та інші продукти. Багато туристів прагнуть порибалити, вполювати дичину. Сільські господарі пропонують своїм гостям також різні розваги: катання на бричках чи санях, участь у традиційних народних святах, сільських весіллях тощо. На чорноморському та азовському узбережжях для туристів придумали навіть морські прогулянки на човнах, катерах та яхтах. Гірські місцевості притягають

Л любителів активного відпочинку. Наприклад, карпатські села взимку переживають справжню навалу фанатів лиж та санок. Останнім часом сільський зелений туризм став улюбленим видом відпочинку для іноземців, які протягом тривалого часу перебувають в Україні: працівників посольств, іноземних представництв, банків, компаній, фондів та ін.

Чим вигідний зелений туризм сільському господареві?

У Західній Європі фермерів спонукала до обслуговування туристів та обставина, що тамтешній ринок виявився перенасиченим харчовими продуктами. Нині такий бізнес забезпечує сільським підприємцям 20 % прибутків. Український господар взявся до цієї незнайомої для нього справи через те, що втратив звичні джерела доходів: скорочення сільськогосподарського виробництва спричинило появу безробіття. Зелений туризм дає додатковий заробіток сільській родині і стимулює розвиток її господарства, оскільки постійно існує потреба забезпечувати туристів продуктами харчування. Спеціально для обслуговування відвідувачів господар годує свиню, козу, відновлює занедбаний сад, заводить пасіку чи рибний ставок. Настає день, коли для гостей стара хата стає затісною, і тоді закладають нову, з вигодами: ванною (чи душем) і туалетом, телефоном, водяним опаленням. Завдяки перебуванню туристів важливі стимули до розвитку отримує й саме село. Скажімо, ще п'ять років тому ні на Яблуницькому перевалі в Карпатах, ні вздовж шосе через нього, ні на водоспаді в Яремчому не було такої кількості яток, придорожніх кафе, магазинчиків, сувенірних та продуктових базарчиків, як тепер. А ці нехитрі комерційні заклади дають заробіток сотням селян. Крім того, перетворення того чи іншого села на центр зеленого туризму змушує місцеву владу будувати тут зручні дороги, приділяти увагу благоустрою населеного пункту.

Першими до туристичної справи беруться ті господарі, хто має хоч якісь "стартові" кошти. За даними Спілки сприяння розвитку зеленого туризму, витрати на те, щоб "підтягти" просту сільську хату до прийому туристів, становлять 600-700 доларів. Звичайно, перетворення сільського будинку на повноцінний міні-готель з усіма атрибутами цивілізації потребує набагато більше коштів. А ще ж господареві не завадить придбати хоча б недорогий автомобіль для обслуговування туристів, коня, лижі, санки чи човен для їхніх прогулянок. Одне слово, самотужки "розкрутити цю справу" подужає не кожний ґазда. Господарі потребують мікrokредитів на обладнання садиби, найкраще - взагалі безвідсоткових. Багато селян не наважуються брати позику в банку, бо не впевнені, що зможуть її безболісно повернути. Власник такої садиби має ще одну мрію - аби не заважала місцева влада. Бо, буває, зберуть господарів в обласній організації Спілки на семінар, атестують їхні садиби на готовність до прийому туристів, і щойно перші гості поїдуть - як, наче з-під землі, виростають чиновники з різних контрольних органів, насамперед - з податкової

ПЕРСПЕКТИВИ

інспекції. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму довго намагається довести владним структурам, що господаря, який приймає у своїй садибі гостей, не можна прирівняти до його ж таки односельця, що торгує в придорожній крамничці жуйками та шоколадками. Отож "здирати" податок з цього господаря так, як з торговця, не справедливо. Спілка підготувала пропозиції до законопроекту "Про особисте підсобне господарство": тут обслуговування туристів у сільській садибі визначено як підсобну діяльність сільської родини, а не як підприємницьку діяльність. Тому працю господаря щодо створення належних умов для відпочинку гостей протягом 5-10 років взагалі не потрібно оподатковувати (як це роблять в Угорщині, Польщі, Румуни). Принаймні, в тому разі, якщо кількість туристів, що одночасно відпочивають у садибі, не перевищує восьми осіб. Таку норму запропоновано внести до проекту Податкового кодексу України. Поки що згаданих двох актів не ухвалено, і податківці трактують ситуацію на власний розсуд. Тож інколи господарі не наважуються будувати великі будинки для прийому туристів чи просувати свої пропозиції на ринок - "щоб податкова не побачила".

Що має Україна для широкого розвитку зеленого туризму?

Серед мешканців українських міст та іноземців зростає попит на відпочинок у сільській місцевості. Маємо також досить багату пропозицію: унікальні природо-історичні ресурси села, відносно вільний житловий фонд для прийому туристів, трудові ресурси для їх обслуговування, традиційну гостинність господарів. Чого ж не вистачає для того, щоб сільський зелений туризм в Україні зміг реалізувати свій рекреаційний потенціал і став ефективним чинником розвитку села? По-перше, в Україні немає законодавчої бази для розвитку сільського зеленого туризму, зокрема, не визначено статус господарів, які приймають на відпочинок туристів, не створено сприятливих умов оподаткування для цього виду діяльності.

По-друге, село відчуває брак відповідної інфраструктури: фінансових установ для кредитування господарів, системи підготовки кадрів для зеленого туризму, культурно-побутової бази, належної транспортної мережі. Українському зеленому туризму також не завадило б розгорнути рекламно-інформаційну кампанію (зокрема через Інтернет), видавати каталоги, путівники на зразок "Відпочивайте в українському селі", "В село на Різдво", "Зимове село запрошує".

Як бачимо, сільський зелений туризм вдало поєднує інтереси тих, хто приїздить відпочивати, і сільських підприємців. Але ця вдячна справа потребує чималих зусиль і уваги законодавців, місцевих керівників та підприємців.

Володимир Васильєв,

голова Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні,

Сергій Пономарьов, експерт Спілки

(Журнал "100 тисяч", випуск 5, травень 2002 р.)

НДО-Інформ

№ 2(14) лютий, 2003

КАЛЕНДАР подій

Фундація прав людини оголошує...

Початок апікаційного процесу на участь у Третій Всеукраїнській Літній Школі-тренінгу з прав людини для лідерів молодіжних громадських організацій. Школа відбуватиметься у місті Кіровограді з 31 травня по 4 червня цього року за фінансової підтримки Європейської Молодіжної Фундації ради Європи.

П'ятиденний тренінг буде присвячено технологіям подолання суспільних конфліктів в епоху глобалізації і матиме другий рівень складності, тобто участь у ньому передбачає попередню обізнаність щодо сутності прав людини. Програма школи складатиметься з наступних модулів: 1) Громадянське суспільство в епоху глобалізації; 2) Основи конфліктології; 3) Особливості конфліктних ситуацій; 4) Технології вирішення суспільних конфліктів; 5) Технології запобігання суспільних конфліктів.

Відбір учасників семінару відбуватиметься на конкурсних засадах. В взяти участь у ньому запрошуються молоді люди віком від 20 до 35 років, що мають досвід роботи в громадських організаціях, які діють у царині захисту громадянських прав, громадянської освіти або інтеграції найбільш вразливих груп (меншин, біженців, людей з обмеженою працездатністю). Всі учасники забезпечуються навчальними матеріалами, безкоштовним проживанням та харчуванням у Кіровограді. Транспортні витрати не відшкодовуються.

Щоб взяти участь у Тренінгу потрібно заповнити заявку встановленого зразка та надіслати її і два рекомендаційні листи поштою чи електронною поштою до 15 квітня 2003 року до 18:00 за адресою: [Фундація прав людини, бульвар Праці, 10-53, 02094, м. Київ, Україна] Таким же чином можна отримати форми заявки. Додаткову інформацію запитуйте за телефоном (044) 558-36-01. Контактні особи: Євген Фомін, Андрій Рибалка.

Інформацію надала
регіональний представник
Фундації прав людини,
Вікторія Талашкевич

СВІТЛАНА Куц: Корпоративна філантропія в Україні

В сучасному українському суспільстві склалося негативне ставлення до комерційних структур, приватних підприємців та банків. Вважається, що чесною працею практично неможливо набути статку. Цей стереотип подолати важко, враховуючи той факт, що українська історія мало пам'ятає час капіталізму. Все ж капіталісти і промисловці минулого століття лишили в нашій пам'яті не свої економічні досягнення, а те, що з'явилося завдяки громадській благодійній діяльності. Про них ми згадуємо, коли входимо до залів київських музеїв мистецтва, вступаємо до Київського Політехнічного університету, навіть збираємося за покупками до відомого Бесарабського ринку... Чи готовий сьогоднішній бізнес наслідувати приклад Терещенків, Бродських, Ханенків? Ми сподіваємось, що дана публікація стане рушійним фактором для щирої і неупередженої філантропії та діяльності українського бізнесу на благо суспільства.

Для бізнесменів високо розвинутих країн питання про те, чи повинен крупний капітал брати участь у благодійництві, давно знято з порядку денного. Не тільки повинен, а й, з певних об'єктивних причин, досить зацікавлений у цьому.

Отже, що ж сьогодні являє собою благодійність бізнесу в Україні? Дослідження, проведені у 1995 році, виявили, що 78% ресурсів надходить до благодійних організацій саме з сектору бізнесу. Однак, опитувалися організації соціального спрямування, їх соціальна користь очевидна, що й слугувало мотивуючим фактором у наданні їм допомоги. Але в той же час ці дані додають оптимізму можливостям розвитку філантропії в Україні. 1997-го року нами було проведено інтерв'ю з представниками бізнесу, які висвітлили наступні тенденції їх підтримки соціальної сфери. Бізнес радше надає безпосередньої (тобто, без посередників) підтримки нужденним - крупні структури мають програми соціальної допомоги, комітети з розподілу коштів на соціальні потреби, рішення приймаються стихійно і мотивацією найчастіше слугує персональне знайомство з прохачем. Така філантропічна діяльність характерна для крупних та середніх бізнес-структур, наприклад, банків, заводів, концернів та холдингових компаній. Представництва закордонних фірм займаються скоріше саморекламою, фінансуючи престижні заходи. Малий бізнес в Україні знаходиться у складних умовах, що не лають змоги ставитися до

оцінений тільки у комплексі з макроекономічними умовами у залежності від економічного потенціалу та наявності багатства в країні. Вищенаведені факти є скоріше виключенням ніж правилом для загальної картини філантропії. Це пояснюється складним економічним становищем в Україні, що змушує підприємства відривати кошти на покриття видатків, на податки, на розширення виробництва, реєструючи при цьому скромні доходи. Податкова знижка у 4 відсотки з прибутку підприємства, що витрачається на благодійні цілі, не є фактором, який би стимулював розвиток філантропії, оскільки її отримання змушує підприємство відкрити свій ретельно прихований прибуток. Радше бізнес готовий надати допомогу, якщо вона увійде в розмір витратної частини, наприклад, оплатити зарплатню працівника НДО як свого штатного співробітника.

Між комерційними структурами та банками з одного боку і недержавними, неприбутковими організаціями з іншої, співпраця тільки-но розпочинає зароджуватися. Дуже важко зруйнувати стіну недовіри, що постала між цими двома структурами суспільства. Але найгірше те, що у ситуації нерозуміння один одного втрачають не тільки громадські організації, а й самі фінансові структури. Якщо звернутися до світового досвіду, то благодійна діяльність фірм найчастіше реалізується через некомерційні благодійні організації, котрі на отримані кошти реалізують соціальні програми. В нашій країні численні компанії вважають, що краще перерахувати кошти безпосередньо дитячим будинкам, школам, лікарням, аніж працювати зі спеціалізованими фондами. Мотивується це тим, що у такий спосіб кошти швидше і влучніше потраплять нужденним, а не на зарплатню працівників організації.

Але така точка зору не завжди виявляється вірною. Фонди могли б займатися контролем витрачання коштів організації-донора. Пряме перерахування коштів не гарантує, що вони дістануться за призначенням. Часто це лишається поза контролем компанії чи банку.

БІЗНЕС ТА СУСПІЛЬСТВО КРІЗЬ ПРИЗМУ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ

У країнах з розвинутою ринковою економікою місце бізнесу у суспільстві можна описати за допомогою піраміди:

Піраміда «спочиває» на бізнес-основах – то базова діяльність компаній по виробництву товарів та послуг, яких потребує суспільство,

найбільш етичним та фінансово ефективним способом. Така діяльність справляє вплив на рівень добробуту населення і успіх бізнесу, в свою чергу, залежить від цього рівня, покупної спроможності населення і т.д. На цьому етапі співпрацю з бізнесом здійснюють організації захисту прав споживачів, екологічні, консультаційні.

Рівень комерційних ініціатив соціальної спрямованості характеризується діяльністю бізнесу на підтримку комерційного успіху компанії, прямою рекламою своєї торгівельної марки чи фінансової політики у співпраці з благодійними чи неприбутковими організаціями. На цьому етапі поширена практика спонсорства, що виражається у підтримці широкомасштабних благодійних акцій, культурних заходів. Тут мотивацією слугує престиж компанії і для залучення підтримки бізнесу важлива репутація організації і репутація її донорів.

Рівень соціальних інвестицій бізнесу характеризується політикою постійного доручення компанії до благодійності але тільки в одній ретельно обраній сфері, наприклад, підтримка тільки молодіжних програм, спортивних заходів, просвітництва чи підтримка виключно дітей та інвалідів. Ця стратегія ретельно вивіряється компанією з метою захисту довготермінових інтересів компанії чи забезпечення прихильності певної категорії споживачів. В Україні така політика зустрічається досить нечасто і характерна скоріше для зарубіжних компаній, зацікавлених у тривалому перебуванні на українському ринку. Компанія має постійних партнерів серед неприбуткових організацій чи здійснює акції самостійно за рахунок маркетингових коштів. Це пояснюється відсутністю довіри до неурядових організацій в Україні, незнанням специфіки їх діяльності.

Вершину піраміди і найменшу її частину вінчає безпосередньо благодійна діяльність бізнесу, тобто, корпоративна філантропія. Ці благодійні пожертви у вигляді коштів, матеріальних і нематеріальних активів, що надаються компаніями на прохання про підтримку благодійних чи неприбуткових організацій. Також рішення про призначення допомоги може походити від акціонерів компанії. Мотивуючим фактором тут виступає саме милосердя, релігійні

спонукання та інші психологічні установки. На цьому етапі благодійність носить стихійний та особистісний характер.

У даній соціально-економічній ситуації в Україні, враховуючи перший етап накопичення капіталу та майже цілковиту відсутність досвіду розвитку філантропії, на питання: кому більш потрібна допомога?" можна відповісти: «пріоритетів немає». Це говорить про те, що недалекоглядність та відсутність пріоритетів у розвитку благодійності базується все ж таки на вже перерахованих об'єктивних причинах.

Благодійність, як можливість планомирної роботи на майбутнє, на соціальну перспективу, використовується українським бізнесом і банками вкрай нечасто. Часто вище правління фірм та банків, приймаючи рішення про участь у проектах з благодійності, керується особистісними мотивами та стосунками з прохачами. Філантропія у таких випадках ґрунтується на імпульсі, на прориві.

Чітка благодійна політика, здатна забезпечити досягнення стратегічних цілей, практично відсутня. Незважаючи на це, лише 3 відсотки опитаних вважають, що потребують кваліфікованої допомоги та консультацій з питань благодійності.

Все ж динаміка розвитку українського бізнесу, його швидка інтелектуалізація і корпоратизація, наближення до західних ділових зразків, дає нам підстави вважати, що у найближчому майбутньому корпоративна філантропія посідатиме таке ж місце у громадському житті України, як і на заході. В ім'я цього потрібно й можливо працювати. Наведу ще одну цитату, що прозвучала більше 50-ти років тому, коли США також зіткнулися з вибором у рішенні проблем соціальної сфери. Ці слова дуже мудро сказала Елеанор Рузвельт у статті „Моральна основа демократії“:

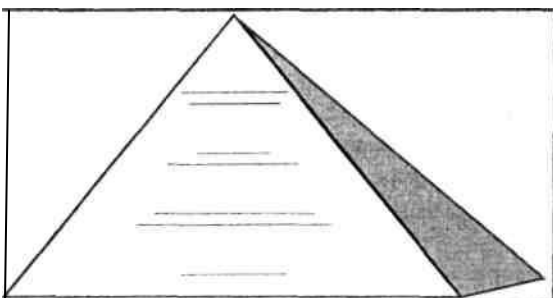
Подібно Алісі у Країні Чудес, ми маємо йти дуже швидко щоби лишатися на місці. А щоби рухатися вперед, ми маємо бігти. Інакше ми опинимося у минулому замість йти в майбутнє...

Куц Світлана
Президент Центру філантропії
Журнал „Нова громада”
(наводиться в скороченому варіанті).
Переклав з російської Віталій Штефан.

* Друкується з люб'язного дозволу автора.

Контактна Інформація:

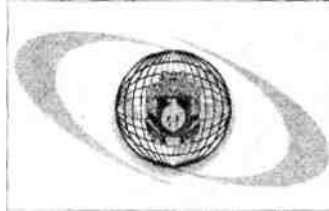
ІАЦФ, вул. Ярославів Вал, 36-е, кімн. 33,
м. Київ, 21050, Україна,
Тел./факс: (044) 1466162,2461012
E-mail: cfp@philanth.relc.com
Web-site: www.philanthropy.org.ua



АНДРІЙ Кривуляк: Задля популяризації ідей підприємництва у регіоні

У кого не виходить на практиці, той заглиблюється у теорію.

Народна мудрість



Спробуємо черговий раз поставити собі "дитяче" запитання: "Які невідмінні складові необхідні для успішної реалізації будь-якої ідеї: суспільної, бізнесової, особистої тощо?". По-перше, необхідна наявність самої ідеї, а дуже часто в Україні і на Кіровоградщині зокрема вона підміняється словесним плетивом або "рожевими" мріями. А потім потрібен ще цілий вагон і маленький візок, які складаються з особистого досвіду, досвіду колег і попередників, юридичних знань, доступу до різноманітних інформаційних баз, можливостей публічного та конфіденційного обговорення, ведення документації, листування, залучення різноманітних фінансових, людських та матеріальних ресурсів. І багато-багато чого ще. Але головне з-поміж цього - це бажання, навіть велике бажання. Складно? Авжеж. Тому так часто і живемо...

Приємним винятком, у якому поєдналися всі зазначені вище складові, стало відкриття у липні минулого року Бізнес-центру "Кіровоградщина" — помітна і довгоочікувана подія у громадському та економічному житті Кіровоградщини.

Багатовекторна діяльність Бізнес-центру "Кіровоградщина" — це черговий крок органів виконавчої влади та лідерів підприємницького руху, зокрема Президента Асоціації підприємств промисловості, торгівлі та громадського харчування в Кіровоградській області пана Сергія Бедзая, по створенню сучасних умов для всебічного розвитку в регіоні підприємництва в цілому та малого і середнього бізнесу зокрема на вимогу реалій функціонування господарського комплексу України на початку НІ тисячоліття.

Основним завданням Бізнес-центру "Кіровоградщина" є надання спектру послуг для суб'єктів підприємницької діяльності та

громадських організацій і об'єднань, що гуртують бізнесові кола Кіровоградщини, з метою якомога ефективнішої їх роботи та популяризації ідей підприємництва.

Серед основних видів діяльності Бізнес-центру: проведення бізнес-зустрічей, у т.ч. міжнародних; проведення презентацій, семінарів, навчань для представників малого та середнього бізнесу, молоді, безробітних тощо; маркетингові та рекламні послуги, консалтинг; розробка пакету статутних документів для відкриття власного бізнесу; бізнес-планування; юридично-інформаційні послуги; правовий захист нових форм господарювання, зокрема в агропромисловому комплексі області.

Для здійснення цих функцій Бізнес-центр облаштовано за принципом, якщо припустимо таке порівняння, класичного театру: єдності місця, часу та дії. Він має найсучасніше офісне та медійне обладнання: кондиціонований конференц-зал площею 120 квадратних метрів на 60 індивідуальних робочих місць, оснащений за європейськими стандартами, ІМТЕРМЕТ, електронний та факсовий зв'язок, мультимедійний проєкційний телевізор діагоналю 135 см., відеомагнітофон, бібліотечку періодики з економічних питань та питань реформування сільського господарства тощо. Тому будь-який підприємець чи громадська організація мають у Бізнес-центрі "Кіровоградщина" усі умови для роботи та при необхідності отримують комплекс інформаційних, презентаційних, юридичних послуг тощо.

З моменту відкриття на базі Бізнес-центру "Кіровоградщина" працює "гаряча" телефонна лінія з питань правової підтримки підприємництва під егідою проєкту ВІ2РГС0, який втілюють у життя спеціалісти Асоціації підприємств промисловості, торгівлі та громадського харчування, та Кіровоградський прес-клуб Українського освітнього центру.

Сьогодні конференц-зал бізнес-центру щиро приймає представників бізнесу, лідерів громадського руху для обговорення нагальних



питань розвитку своєї справи, роз'яснення положень чинного законодавства, проведення тренінгів. "Як започаткувати власну справу", з проблем франчайзингу в Україні тощо), практичних семінарів (наприклад, у співпраці з Асоціацією підприємств "Фінансовий менеджмент для малого підприємства"), відпрацювання програми спільних дій та захисту інтересів бізнесових кіл. У практичному доробку бізнес-центру "Кіровоградщина" організація та проведення спільно з Інститутом реформ (м. Київ) та Центром підтримки творчих ініціатив (м. Кіровоград) регіонального етапу III Всеукраїнського конкурсу молодих економістів, щомісячне проведення засідань клубу директорів М.Кіровограда, загальних зборів суспільно-економічної коаліції "Центр", засідань Ради соціального партнерства, проведення засідання круглого столу "Україна і Євроатлантичне співробітництво", низки презентацій відомих в області фірм тощо.

Особливо цікава нам співпраця з іншими громадськими організаціями та інституціями на Кіровоградщині. Уклінно дякуємо за плідну співпрацю, обмін досвідом та ідеями Асоціації підприємств (Президент - Сергій Бедзай), Центру підтримки творчих ініціатив (Президент - Людмила Станкевич), Спільці підприємців Кіровоградської області (голова - Григорій Урсол), представникам Проекту ВІ2РКО та Корпусу Миру США.

Загалом за півроку проведено понад півтори сотні заходів бізнесового, громадського, презентаційного характеру, які мали відчутний резонанс та позитивний вплив на розвиток підприємництва і громадського руху в області та створення позитивного іміджу

Кіровоградщини у владному, економічному та недержавному секторах.

Зрозуміло, що це - тільки початок. І у колективу бізнес-центру "Кіровоградщина", його партнерів та однодумців "планов громадсь". Але не будемо забігати наперед, щоб не вийшло так, як у тому анекдоті: "Якщо ти хочеш розсмішити Бога, розкажи йому про свої плани". Отже - до подальшої плідної співпраці!

Андрій КРИВУЛЯК,
виконавчий директор
Бізнес-центру "Кіровоградщина"

Контактна інформація:

БЦ "Кіровоградщина", вул. Леніна, 28,
м. Кіровоград, 25022, Україна,
Тел.: (0522) 22-39-08, 24-96-26,
Факс: (0522) 24-96-89;
E-mail: torgovi@kw.ukrtel.net

Теорія та методика корпоративного спонсорства

(Азарова Т.В., Абрамов Л.К., - ЦПТІ, Кіровоград, -2001, 132с.)

Цей навчально-методичний посібник - спроба узагальнити й адаптувати іноземний досвід та проаналізувати досвід нашої країни з викладом теоретичних і методичних аспектів корпоративного спонсорства з огляду на специфіку функціонування НДО в Україні. Видання має чотири частини:

1. Теоретичні й методичні аспекти корпоративного спонсорства.
2. Методика діяльності НДО по залученню ресурсів у підприємця.
3. Практичні рекомендації щодо співпраці НДО з бізнесом.
4. Додатки.

Для закріплення знань та формування навичок пропонуються численні вправи та завдання, розташовані після кожного розділу.

Безкоштовно отримати видання можна надіславши офіційний лист-запит на адресу Інституту соціокультурного менеджменту: ІСКМ, а/с 4/30, Кіровоград, 25006, Україна

ВІТАЛІЙ Янюк: Зовнішні фактори, які впливають на надання або відмову у наданні грантів

У попередньому випуску бюлетеня було надруковано статтю про типові причини відмови у фінансуванні неприбуткових організацій. Для того щоб краще зрозуміти можливі нюанси селекційної роботи різних донорів, бажано хоча б у загальних рисах уявити не тільки завдання, які вони перед собою ставлять, а й певні обмеження, з якими їм самим доводиться зтикатися. У зв'язку з цим є сенс вести мову не стільки про помилки проектування, скільки про зовнішні фактори, що можуть опосередковано вплинути на відмову в наданні гранту з боку донорської організації для місцевої НДО.

У цій статті ми не можемо розглянути особливості роботи з приватними благодійними фондами та програмами Європейського співтовариства, однак можемо розглянути деякі особливості роботи програм, фінансованих Урядом США через Агентство США з міжнародного розвитку. Зокрема, багато програм і донорів, що працюють у сфері, яку ми звикли називати "Цивільне суспільство", є суб'єктами деяких правових обмежень США, у тому числі Податкового управління (США), Агентства США з Міжнародного Розвитку й Уряду США.

Так, Податкове управління (США) є тим органом, що визначає некомерційний статус донора. Відповідно до визначення даного відомства некомерційна організація - це організація, створена з єдиною метою: забезпечити надання послуг суспільству, а не одержати прибуток. У Сполучених Штатах Америки багатьом некомерційним організаціям надається статус, що звільняє їх від оподаткування відповідно до ст. 501(с)(3) Податкового Кодексу (США). Некомерційні корпорації (501 (с)(3)) не тільки не обкладаються федеральними, державними і місцевими податками, але й донори цих організацій можуть одержати податкові пільги за їх внески. Некомерційні організації, окремі програми чи фонди повинні захищати свій статус

некомерційних організацій, звільнених від оподаткування, відповідно до ст. 501 (с)(3), тобто повинні вміти доводити, що будь-який грант (чи позика), які вони присуджують, узгоджується з благодійними цілями і не має наслідку "приватного споживання".

Спробуємо розібрати поняття "благодійна мета" і "приватне споживання". Слово "благодійний" у даному випадку має більше значення, ніж його звичайне вживання, і не повинно бути переплутане з благодійною роботою, наприклад, такою, як допомога нужденним і потерпілим. До цієї роботи доречніше вживати визначення "гуманітарна допомога". У контексті Податкового Кодексу (США) благодійна мета може характеризувати широкий вибір видів діяльності, призначених для користі суспільства, наприклад, "просування економічного і політичного перетворення шляхом ринкової економіки і державного ладу, що базується на демократичних принципах". Відповідно, проекти, що сприяють цим цілям, можуть визнаватися благодійними. Діяльність, яка відповідає благодійним цілям, може призначатися тільки для користі по відношенню до маленької групи людей, але група повинна стати більшою і складатися не тільки зі співробітників організації-одержувача (або їхніх родичів чи ділових партнерів), і це обов'язково слід враховувати при складанні заявок на одержання фінансування.

Відповідно до прийнятої політики не тільки безпосередньо гранти фондів і програм, фінансованих Урядом США, повинні задовольняти благодійні цілі, але й самі факти присудження також не повинні бути результатом так званого "приватного споживання". Приватне споживання відбувається коли особа чи організація одержує більше, ніж справедлива ринкова вартість пропонованих товарів чи послуг. Якщо грошові компенсації співробітникам грантоотримувача за їхню роботу по гранту цілком припустимі, то надмірна компенсація чи розподіл прибутків між

* (Вперше оприлюднено в журналі «Перехрестя» та на сайті Ліги ресурсних центрів. В нашому бюлетені друкується з люб'язного дозволу автора.)

споживання.

Що можна в цьому випадку порадити?

того, чи дійсно ви припускаєте максимальне використання отриманих від донора ресурсів на надання послуг суспільству і чи не є присутнім у вашій заявці ухил у бік "фарширування" організації, що буде виконавцем програми гранта.

Теоретично всі співробітники донорських програм і великих фондів, що займаються розглядом заявок на фінансування, повинні використовувати у своїй повсякденній роботі так званий метод "належної обачності". "Належна обачність" (due diligence) - це визначення, прийняте у сфері інвестування, що має на увазі обережний, "обачний" підхід до прийняття рішень. Воно означає вивчення і перевірку фактів, дослідження інформації з різних джерел. Зрештою, належна обачність допомагає приймати, можливо, кращі рішення виходячи з розумного ступеня перегляду інформації, доступної в даний час. У попередньому матеріалі вже йшлося про те, що в діловому світі, потенційний вкладник або кредитор знає, що бізнес-план, представлений з метою залучення капіталовкладення схильється до збільшення позитивних аспектів справи і зменшення (або, в гіршому випадку, виключення) будь-яких недоліків чи ризиків. Обережний вкладник не приймає діловий проект за номінальною вартістю. Скоріше, обережний вкладник розшукає інформацію з інших джерел, щоб одержати більш повне уявлення про те, що дійсно відбувається.

Таке ж правило стосується професійного співробітника структури, що надає гранти. Заявка на грант, власне кажучи, є інструментом, яким здобувач сподівається залучити співробітників фонду на свій бік. Навіть виходячи з припущення про чесність усіх здобувачів фінансування, тільки наївний співробітник донорської організації беззастережно повірить усім твердженням, зробленим у проектній заявці. Навмисно чи ненавмисно, здобувачі часто намагаються подати свої проекти кращими, ніж вони є насправді. У найгірших випадках здобувач може надати інформацію, яка повністю вводить в оману. Щоб прийняти відповідальне рішення щодо фінансування, керівник програми фонду повинен намагатися скласти чітке уявлення про можливу сутність проекту, яку часто нечітко окреслено в заявці на одержання фінансування.

Існує кілька методів одержання додаткової інформації.

Багато співробітників фондів і великих програм вважають, що візити на місця - це частина застосування практики належної обачності. У межах можливого (це часто буває пов'язано з досить далекими поїздками), нанесення візиту здобувачу перед наданням гранта, є чудовою практикою і важливим елементом належної обачності.

Як правило, у ході подібних візитів співробітники гранодавчих організацій приділяють особливу увагу таким параметрам: Можливостям організації - чи може дана організація досягти своїх цілей на програмному рівні?

Здібностям директора - чи може даний керівник проекту виконати всі зобов'язання, які було описано в заявці? Що вже було зроблено в галузі пропозиції подібного характеру? Чи враховує ця пропозиція досягнення і інших проектів?

Чи є реалістичними програмні цілі? Практика належної обачності може включати також інші моменти:

Пошук думок і порад інших осіб, що володіють знаннями в даній конкретній сфері;

Вивчення інформації (включаючи мережу Інтернет), що має відношення до тематики проекту, загальної проблематики даного сектора чи регіону; Консультації з донорами, що працювали з організацією-здобувачем раніше; Запит документально підтверджених свідчень, тобто рекомендацій, фінансових відомостей, офіційних документів тощо.

У принципі ніколи не слід ухилятися від надання додаткової інформації, якщо її вимагає донор. Відповідальний співробітник донорської структури завжди пам'ятає про те, що належна обачність не повинна виходити за певні рамки. Зокрема він завжди буде уникати розголошення конфіденційної інформації. Хоча часто корисно поговорити зі сторонніми експертами про проект, керівники програм повинні уникати недоречного розголошення конфіденційної інформації, що міститься в пропозиції. Професійні донори дуже обережні в прийнятті рішень про те, кому і яку саме інформацію може бути розкрито. Донори пам'ятають також про те, що добрий скепсис - це правильне вживання помірних заходів. У

надмірно високих дозах це може згубно вплинути на побудову творчих відносин із грантоотримувачами.

Ніяким здобувачам не сподобається бути заваленими купою дрібних запитань. Тому навряд чи у вас будуть запитувати більше інформації, ніж це дійсно потрібно. І взагалі метою процедури добору не є створення здійсненого проекту. Належна обачність - це метод якомога глибшого вивчення ситуації і спроба домогтися правильного розуміння сильних і слабких сторін.

Як частину процесу рецензування заявки на надання фінансування, на додаток до оцінки розглянутого проекту, донору часто необхідно однаковою мірою детально оцінити організацію, визначити, чи існує щось очевидне, що може вплинути на її здатність здійснити діяльність у рамках програми гранта. Тому грантодавчі організації намагаються оцінювати перспективи грантоотримувачів для того, щоб переконатися в їх управлінській компетенції і фінансовій міцності, з метою захисту своїх інтересів і капіталовкладень.

Огляд фінансових і юридичних документів

На додаток до вимоги законної реєстрації організацій, фонди також здійснюють огляд управління фінансами даної організації, спрямований на оцінку фінансової та юридичної документації, а також на оцінку потенційного ризику. Аналіз фінансового ризику пропозиції включає огляд внутрішнього ризику, ризик контролю і попередній досвід роботи організації з коштами донорів. Мета проведення такого виду фінансового огляду - з'ясувати негативні моменти, що можуть вплинути надалі на спроможність організації успішно виконувати свою проектну діяльність, а також необхідність у рекомендаціях фонду будь-яких специфічних дій, спрямованих на зменшення ризику. Перегляд юридичних і фінансових документів, як правило, спрямований на отримання відповідей на такі запитання:

- Чи має юридична особа функціонуючу структуру керівництва, систему адміністративного управління, фінансову систему, програму діяльності і службовий персонал?
- Чи існує практика поганого управління чи шахрайства в історії організації?"
- Чи можна очікувати, що організація буде використовувати капітал донора

для благодійних цілей? Чи можна очікувати, що організація докладе достатньо зусиль і контролю, щоб захистити кошти донора, гарантувати їх використання на діяльність, підтримувану донором? А загалом, не такий страшний чорт, як його малюють. За наявності визначеного порядку в думках і роботі вашої власної організації одержання фінансування зовсім не є недосяжним завданням для української суспільної чи неприбуткової організації.

Підсумок:

Некомерційні організації повинні вміти доводити, що будь-який грант (чи позика), які вони присуджують, узгоджується з благодійними цілями і не має наслідку "приватного споживання".

Щоб прийняти відповідальне рішення щодо фінансування, керівник програми фонду повинен намагатися одержати чітке уявлення про можливу сутність проекту.

грантодавчі організації намагаються оцінювати перспективи грантоотримувачів для того, щоб переконатися в їх управлінській компетенції і фінансовій міцності, з метою захисту своїх інтересів і капіталовкладень.

Контактна інформація:

Фонд "Євразія", Київське Регіональне представництво Вул. Б. Хмельницького, 55, 6-й поверх, Київ, 01054, Україна
Тел./факс (044) 238 26 96,246 99 61
E-mail: Eurasia@eurasia.kiev.ua
Web-site: <http://www.eurasia.org>

БІБЛІОТЕЧКА 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 отримати примірник бюлетеню необхідно надіслати на поштову адресу ІСКМ офіційний лист-запит з печаткою організації.

Поштова адреса: ІСКМ. а/с 4/30. м Кіровоград, 25006, Україна.

ТЕНДЕРНА СТВОРЕННЯ НЕЗАЛЕЖНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО АГЕНТСТВА ТА КОНКУРС ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ У ГАЛУЗІ ЗМІ

Група донорських та міжнародних організацій, зокрема Міжнародний фонд "Відродження", Посольство США в Україні, Швейцарське Агентство Розвитку та Співпраці, посольство Королівства Нідерландів в Україні, оголошують тендер на створення незалежного інформаційного агентства та конкурс інноваційних проектів у галузі ЗМІ.

Мета тендеру та конкурсу - підтримати проект інформаційного агентства, а також інші проекти, що прагнуть покращити доступ до інформації про значущі соціальні, економічні, політичні, культурні та інші події.

Взяти участь у тендері та конкурсі можуть українські недержавні організації, котрі здатні забезпечити виконання вказаних нижче умов. **I. Тендер на створення незалежного інформаційного агентства.** Донори мають намір сприяти розвитку незалежних ЗМІ шляхом підтримки створення загальноукраїнського інформаційного агентства, котре збиратиме, опрацьовуватиме та поширюватиме об'єктивну і збалансовану інформацію із зазначених галузей в Україні та за кордоном для друкованих та електронних засобів масової інформації.

Представлені пропозиції щодо створення інформаційного агентства повинні містити чи враховувати таке:

1. Стратегія розвитку

Стислий огляд головних тенденцій та прогноз розвитку ринку ЗМІ в Україні; місце запропонованого на цьому ринку проекту; Пояснення зв'язку поданого проекту з існуючими ініціативами, що сприяють свободі слова та доступу до інформації. Чітко визначені та реалістичні цілі, а також очікувані результати, виважений план їх реалізації; Стратегія розвитку інформаційного порталу, МАР, прямих відео-фідів, фото служби тощо; Принципи створення мережі поширення інформації, що повинна містити провідні національні та регіональні телеканали, радіостанції, газети, іноземні ЗМІ; План висвітлення важливих подій за кордоном, значущих для України.

2. Забезпечення економічної самостійності та самофінансування проекту

Детальний та реалістичний бізнес-план; Детальний план маркетингової політики з поетапною стратегією переходу від донорської підтримки до самофінансування; Опис системи зовнішнього та внутрішнього менеджменту, а також бажаного етичного кодексу діяльності; Додаткові донорські внески, зокрема у не грошовому вигляді, інші джерела фінансування (наприклад, позики, кредити тощо) із детальним кошторисом; Рекомендаційні листи від потенційних

клієнтів.

3. Гарантії проведення незалежної інформаційної політики

Чіткі гарантії незалежності аплікатора й окреслення запобіжних заходів для збереження організаційної автономії та дотримання професійних стандартів; Існування наглядового органу з авторитетних громадських діячів.

Особлива увага з боку тендерної комісії приділятиметься:

попередньому досвіду діяльності в даній галузі; налагодженим зв'язкам та можливостям; реальності запропонованого бюджету; додатковим внескам та іншим джерелам спів фінансування.

Представлені пропозиції мають складатися з таких частин:

конспект проекту (стислий огляд) з реквізитами організації та контактних осіб (4-5 сторінок); пропозиція також має враховувати відповіді на всі перелічені вище пункти, а також містити бізнес-план, опис необхідного обладнання з технічними параметрами та вартістю експлуатації, деталізований бюджет.

Представлені пропозиції мають супроводжуватися (у вигляді додатків):

статутними нормами юридичної особи (чи іншим правовим документом); документом про реєстрацію юридичної особи. II.

Конкурс інноваційних проектів у галузі ЗМІ. Згадані донорські організації також вітають надходження на конкурс інших ЗМІ - орієнтованих пропозицій, зокрема - незалежні проекти зі створення та розвитку інноваційних медійних структур.

Членів тендерної комісії визначать донорські організації. Донори також визначатимуть суму тендерного гранту залежно від запропонованих проектів.

Крім того, донорські організації можуть вирішувати питання щодо надання технічної допомоги для покращення практичної розробки тих отриманих пропозицій, що є перспективними для реалізації та котрі могли б завдяки цій допомозі бути більш розвинені.

Кінцевий термін для подання проектів - 31 березня 2003 року.

Пропозиції мають бути викладені українською мовою.

Пропозиції надсилати поштою на адресу:

"Тендер на створення незалежного інформаційного агентства та конкурс інноваційних проектів у галузі ЗМІ", Відділ управління проектами, Міжнародний фонд "Відродження",

вул. Артема, 46, Київ, 04053.

Контактні особи:

Волошенко Оксана, директор програми ЗМІ

Тел.: (+38 044) 461 95 00

факс: (+38 044) 216 01 66

електронна пошта: voloshenuk@irf.kiev.ua

Котляр Дмитро, координатор програми ЗМІ

тел.: (+38 044) 461 95 00

факс: (+38 044) 216 01 66

електронна пошта: kotilar@irf.kiev.ua

**Міжнародний фонд "Відродження"
Правова ініціатива Інституту
Відкритого Суспільства
(Будапешт) за програмою
"Верховенство права" оголошують
конкурси за напрямками програми
"Права людини"
Конкурс "Підтримка громадських
ініціатив у сфері захисту прав
людини"**

Мета конкурсу - сприяти недержавним організаціям, діяльність яких спрямована на захист прав людини і громадянських свобод, на надання правової допомоги населенню у випадках порушень прав людини, на протидію корупції.

До участі в конкурсі запрошуються недержавні організації. Перевага буде надана проектам, у реалізації яких беруть участь кілька організацій. Проекти, що передбачають діяльність аналітичного характеру, мають містити механізми поширення інформації про результати проведеної роботи.

Пріоритети конкурсу:

- комплексні дії судового та позасудового характеру, спрямовані на правовий захист представників найбільш вразливих соціальних груп (особи, що утримуються в місцях попереднього ув'язнення, етнічні та інші меншини, жертви репресій, військовослужбовці строкової служби, люди з обмеженими можливостями, біженці, мігранти, тощо);
- підготовка аналітичних доповідей про стан дотримання прав людини в певній сфері правових відносин та/або в певному регіоні України (право на життя, право на інформацію, повага до приватного життя, право на свободу і особисту недоторканість, свобода пересування, свобода мирних зібрань, свобода релігій, право на освіту, право власності, права меншин, трудові права, тощо);
- проведення громадських слухань за участі органів місцевого самоврядування щодо стану дотримання прав людини в регіоні;
- ініціювання та правова підтримка розгляду в суді справ, що можуть мати прецедентний характер для судової практики в Україні, вплинути на законодавчий процес. Така діяльність має бути спрямованою на розв'язання існуючих правових проблем у сфері дотримання прав людини.
- Здійснення порівняльного аналізу правозастосовчої практики в Україні та інших країнах щодо дотримання прав людини;
- профілактика та протидія проявам корупції в державних органах шляхом підвищення

прозорості прийняття рішень, сприяння забезпеченню доступу громадськості до суспільно важливої інформації (наприклад, оскарження рішень, що стосуються протиправного використання органами державної влади обмежувальних грифів щодо нормативних актів та розпорядчих рішень).

Термін виконання проекту не повинен

перевищувати 1 рік.

Середній розмір очікуваного від МФВ гранту - 8 000 доларів США.

Максимальний розмір гранту - 15 000 доларів США. Останній термін подання проектів - 30 квітня 2003 року.

Результати розгляду проектів за конкурсом будуть оголошені до 15 червня 2003 року.

Проекти оформлюються відповідно до стандартних апікаційних форм Фонду і надсилаються поштою на адресу: Міжнародний фонд "Відродження", вул. Артема, 46, м. Київ, 04053, Відділ управління проектами.

Фонд офіційно підтверджує факт отримання проектів листом, що надсилається апікатам упродовж 7 днів із моменту отримання кореспонденції.

Проектні форми можна отримати:

1. Звичайною поштою, попередньо надіславши запит директору програми за адресою: Міжнародний фонд "Відродження", вул. Артема, 46, м. Київ, 04053;
2. На веб-сторінці МФВ: <http://www.irf.kiev.ua>

БІБЛІОТЕЧКА для НДО

Інформаційне забезпечення процесу рішення соціальних проблем на місцевому рівні (Азарова Т.В., Абрамов Л.К., - ІСКМ, Кіровоград, -2003, 116с.)

Видання присвячено опису інформаційних механізмів, покликаних допомогти у досягненні позитивних результатів при мінімальних витратах, у рішенні соціальних проблем місцевими громадами. Видання акцентує увагу саме на локальному рівні, де традиційні форми інформаційного забезпечення громадської активності не завжди ефективні, але існують інституції, які в змозі допомогти у цій справі усім небайдужим до рішення соціальних проблем.

Безкоштовно отримати видання можна надіславши офіційний лист-запит на адресу Інституту соціокультурного менеджменту: ІСКМ, а/с 4/30, Кіровоград, 25006, Україна