



«Відомий усім та улюблений багатьма капітан Жиглов у фільмі «Місце зустрічі змінити не можливо» в одному із епізодів проронив таку фразу: «Милосердие – поповское слово». Нажаль, така філософія довгий період в житті нашого суспільства була домінуючою.»

## Передмова

Відомий усім та улюблений багатьма капітан Жиглов у фільмі «Місце зустрічі змінити не можливо» в одному із епізодів проронив таку фразу: «Милосердие – поповское слово». Нажаль, така філософія довгий період в житті нашого суспільства була домінуючою. Це в свою чергу призвело до того, що й досі ми якось стидаємося, соромимося або просто не розуміємо такого явища, як благодійність. А найгірше, що можемо інколи нещадно експлуатувати його заради досягнення власних корисних цілей. Стійким залишається стереотип, що благодійництво – це підозріле діло, бо через нього лише відмивають величезні гроші, а нужденним дістаються крихти.

Наразі потрібно міняти в суспільстві підходи до благодійності. Маємо позбуватися споживацької та пасивної позиції та переходити до активної та партнерської участі усіх зацікавлених сторін – громадян, влади, бізнесу, неурядових організацій.

Останнім часом світова та вітчизняна практика демонструє, що бізнес поступово переосмислює свою роль в суспільстві та включає принцип соціальної відповідальності в стратегію своєї діяльності. Все більше з'являється корпоративних фондів, спеціальних благодійних програм бізнес-компаній.

Відродження добрих традицій благодійництва потре-

бує водночас і його подальшого вдосконалення. На сьогодні в Україні все ж таки переважає приватне благодійництво заможних людей, що відіграє роль «швидкої допомоги» для окремих груп громадян та в незначній мірі для громадських організацій. Кожен успішний бізнесмен має зазвичай усталений контингент «прохачів». Кількість останніх не зменшується, а навпаки, збільшується з кожним роком. Проте виділення допомоги в такий спосіб не має перспектив для вирішення найбільш соціальних проблем в громадах.

Необхідно шукати нових форм, нових підходів у розвитку корпоративної філантропії та залучення її до соціального розвитку громад. Нові підходи не виключають традиційного благодійництва, вони дозволяють бізнес-компанії робити доброту вигідною для себе, для суспільства та для громади. До речі, за даними Cone\Roper, USA 78% покупців швидше куплять товар, якщо частина коштів від купівлі піде на благодійність, 66% готові змінити торгову марку на марку компанії, яка підтримує благодійницькі проекти. А 28% британців готові бойкотувати придбання продукції соціально безвідповідальної компанії.

Однією із ініціатив з розвитку благодійництва в громаді міста Херсона є проект «Розвиток філантропії в громаді», що впроваджується Херсонським благодійним фондом «Захист» в парт-

нерстві з молодіжною організацією «Нова генерація» за фінансової підтримки Європейської Комісії. В межах цього проекту проведено дослідження стану розвитку корпоративного благодійництва в місті Херсоні. Перед вами – звіт за результатами дослідження.

Дослідження проходило в декілька етапів. На першому етапі підготовлено програму дослідження та узгоджено питання для дослідження. В межах етапу були проведені зустрічі та інтерв'ю з експертами, основними потенційними користувачами результатів досліджень.

На другому етапі проведено набір інтерв'юєрів та проведено їх навчання.

На третьому етапі групою інтерв'юєрів було проведено опитування респондентів, зроблено перевірку правильності заповнення анкет, а також розроблено базу даних для введення результатів опитування, обробку анкет.

На четвертому етапі відбулася інтерпретація отриманих результатів та написання звіту.

Дослідницька команда, не претендуючи на повноту висвітлення досліджуваної теми, висловлює сподівання, що її робота стане початком проведення серії подальших досліджень з метою більш глибокого аналізу розвитку філантропії як інструмента соціального розвитку територіальної громади міста Херсона.

Висловлюємо щирі слова подяки тим, хто сприяв проведенню дослідженню:

Головному управлінню статистики в Херсонській області;

Управлінню юстиції в місті Херсоні.



«Найчастіше благодійна допомога спрямовується на соціальний захист населення (79% бізнес-компаній, які займаються філантропією, спрямовують свою допомогу саме в цю сферу).»

## Вступ

Філантропія, як діяльність, через яку приватні ресурси добровільно перерозподіляються їх власниками з метою сприяння нужденним є одним із важливих чинників вирішення соціальних проблем в громаді. Особливого значення на сьогодні набуває корпоративна філантропія, коли ресурси бізнес-компаній спрямовуються соціально орієнтованим неурядовим організаціям та благодійним фондам для виконання ними своєї місії щодо надання допомоги групам, які знаходяться в складних соціальних ситуаціях. Розвиток такого виду філантропії дозволяє посилити дієвість місцевих неурядових організацій (НУО) в наданні соціальних послуг соціально вразливим групам населення, а також спрямувати ресурси гро-

мади, бізнесу саме в ті сфери, які потребують їх в першу чергу.

Дослідження українських організацій, зокрема Творчого центру Каунтерпарт, Українського жіночого фонду, фонду ім. Короля Юрія засвідчують, що благодійною діяльністю займаються чимало бізнес-компаній. Наприклад, за даними дослідження Творчого центру Каунтерпарт, таких компаній 82%. Найчастіше благодійна допомога спрямовується на соціальний захист населення (79% бізнес-компаній, які займаються філантропією, спрямовують свою допомогу саме в цю сферу).

У той же час така філантропія здійснюється в спонтанний спосіб, що не дозволяє



ефективно використовувати надані ресурси. Організована форма філантропії (корпоративна філантропія) дуже слабо розвинута. Наприклад, таким видом філантропії займається лише 22% бізнес-компаній.

Благодійна діяльність бізнес-компаній є одним із важливих факторів соціального розвитку територіальної громади міста Херсона. Така діяльність дозволяє забезпечити ефективне вирішення соціальних проблем громади на принципах взаємодовіри та партнерства трьох секторів суспільства: влади, бізнесу та організацій громадянського суспільства.

На сьогодні можна констатувати, що благодійна діяльність здійснюється в місті Херсоні різними суб'єктами і в різних формах. Проте, така її форма як корпоративна благодійність, нажаль, ще не є достатньо розвинутою. Підприємства, фірми, корпорації виділяючи певні кошти на вирішення соціально важливих питань, в першу чергу, проблем соціально вразливих груп, здійснюють

свої пожертви несистемно, без визначення стратегії. З іншого боку, різноманітні благодійні фонди, громадські організації соціального спрямування не демонструють у своїй більшості належного підходу у залученні коштів бізнесу для реалізації своїх програм.

Також в громаді відсутні спеціальні дослідження корпоративної філантропії. Існуючі дослідження в Україні присвячені загальній ситуації по країні або в окремих великих регіонах.

Ось чому виникла потреба в проведенні спеціального дослідження стану корпоративної благодійності в місті Херсоні.

Аналіз практики благодійності великих та середніх підприємств, фірм в місті Херсоні надасть можливість виробити чіткі рекомендації для органів влади, громадських організацій, бізнес-структур щодо розвитку корпоративної благодійності, включення її в процес розвитку громади. Дослідження дасть можливість головним суб'єктам філантропічної діяльності отримати інформацію, яка може бути використана при плануванні своєї діяльності.



«Предмет дослідження – практика надання благодійної допомоги великими та середніми підприємствами міста Херсона.»

## Методологія дослідження

**Мета та завдання дослідження.** Оцінка стану розвитку корпоративної філантропії в місті Херсоні, виявлення існуючих практик здійснення благодійної діяльності місцевих бізнес-компаній, масштаби розповсюдження благодійної діяльності, мотиви, систематичність, форми та напрямки такої діяльності.

Для досягнення мети в дослідженні визначено такий комплекс задач:

- виявити масштаби благодійної діяльності серед бізнес-компаній з чисельністю співробітників більше п'ятдесяти;
- з'ясувати мотиви, форми та напрямки благодійної діяльності великих бізнес-компаній;
- визначити перспективи благодійної діяльності бізнес-компаній в громаді міста Херсона.

**Об'єкт та предмет дослідження.**

Об'єктом дослідження є великі та середні підприємства (кіль-

кість працівників більше 50) міста Херсона відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності, які мають право відповідно до чинного законодавства надавати благодійну допомогу.

Предмет дослідження – практика надання благодійної допомоги великими та середніми підприємствами міста Херсона.

**Визначення вибіркової сукупності.**

Оскільки не всі юридичні особи – суб'єкти господарювання за своєю природою, місією та вимогами чинного законодавства можуть надавати благодійну допомогу, то до генеральної сукупності об'єктів дослідження не включено державні установи та організації, освітні заклади, медичні заклади (державної чи комунальної форми влас-

## Проект «Розвиток філантропії у громаді»

ності), об'єднання громадян, які теоретично є потенційними набувачами такої допомоги. Відповідно до

КВЕД, таким чином, до генеральної сукупності включено бізнес-структури, основним видом діяльності яких є:

Секція КВЕД	Види діяльності	Кількість підприємств, зареєстрованих в місті Херсоні
A	Сільське господарство, мисливство, лісництво	19
B	Рибальство, рибництво	3
D	Переробна промисловість	64
E	Виробництво та розподілення електроенергії, газу, води	9
F	Будівництво	28
G	Торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів, предметів особистого вжитку	49
I	Діяльність транспорту та зв'язку	27
J	Фінансова діяльність	11
K	Операції з нерухомістю, оренда, інжиніринг, надання послуг підприємцям	27
O	Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	12

**Таблиця 1.** Структура генеральної сукупності за видами економічної діяльності.

Обсяг генеральної сукупності становить 249 під-

приємств. Ці дані отримано від головного управління статисти-

## Бізнес та благодійництво в громаді міста Херсона

ки в Херсонській області на підставі інформаційного запиту молодіжної організації «Нова генерація».

У дослідженні застосовується квотна вибірка респондентів за такою схемою:

1) об'єднання секцій КВЕД за дотичним видом економічної діяльності;

2) визначення питомої ваги

кожної секції в генеральній сукупності;

3) визначення обсягу вибірки – 100 респондентів;

4) визначення кількості бізнес-структур для опитування по кожній секції КВЕД, враховуючи питому вагу.

Таким чином виділено вибіркочну сукупність об'єктів дослідження:

Секція КВЕД	Види діяльності	Кількість підприємств, зареєстрованих в місті Херсоні
Літера категорії	Категорія	Кількість компаній для опитування
A+B+C	Сільське господарство, мисливство, лісництво, рибальство	9
D+E	Переробна промисловість, виробництво та розподілення електроенергії, газу, води	30
F	Будівництво	11
G+O	Торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів, предметів особистого вжитку	24
I	Діяльність транспорту та зв'язку	11
J+K	Фінансова діяльність, операції з нерухомістю, оренда, інжиніринг, надання послуг підприємцям, діяльність у сфері культури та спорту	15

Таблиця 2. Вибіркова сукупність об'єктів дослідження

На основі даних бізнес-дослідників, наявної бази даних молодіжної організації «Нова генерація», благодійного фонду «Захист» встановлено конкретний перелік респондентів за стихійним принципом.

**Методи та інструменти дослідження.** Для проведення дослідження обрано такі методи:

1) телефонне опитування респондентів;

2) консультації з експертами;

3) аналіз документів.

Інструментарій дослідження – структурована анкета, яка включає такі блоки:

**Блок 1.** Загальні питання. Ці питання дають можливість виявити чи займається бізнес-структура благодійництвом та здійснити загальну оцінку розповсюдженості благодійної діяльності в місті Херсоні.

**Блок 2.** Питання для компаній, які не надають благодійної допомоги. Ці питання дають можливість встановити причини чому організації не займаються благодійністю, бажання займатися такою

діяльністю та потенційні сфери надання благодійної допомоги в разі, якщо компанія бажає займатися такою діяльністю.

**Блок 3.** Питання для компаній, які надають благодійну допомогу. Цей блок дозволяє встановити систематичність, форми, напрями та механізми надання благодійної допомоги, її розмір, мотиви, наміри займатися такою діяльністю в майбутньому, наміри змінити обсяг та напрями виділення благодійної допомоги, обізнаність респондентів з діяльністю благодійних фондів та бажання отримувати про них інформацію.

**Блок 4.** Інформація про респондента. Ці питання дають можливість отримати дані про компанію, контактну особу, кількість співробітників, основний вид діяльності та бажання респондента ознайомитися із звітом про результати дослідження. В цьому блоці застосовуються питання-фільтри для того, щоб визначити придатність анкети для обробки.

Анкета для опитування пройшла претест серед експертів та фахівців з питань філантропії, дослідників.





«Серед опитаних 73 компаній заявили, що вони надають благодійну допомогу, 28 відповіли, що не займаються цим.»

## Результати дослідження

### Портрет респондентів

Телефонне опитування було проведено серед суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб, чисельність

працівників яких становить більше п'ятдесяти. Всього опитано 101 респондент.

Розподіл респондентів за видами економічної діяльності виглядає так:



Діаграма 1. Розподіл респондентів за видами економічної діяльності

Номер на діаграмі	Види економічної діяльності
1	Сільське господарство, мисливство, лісництво, рибальство
2	Переробна промисловість ( в тому числі машинобудівна галузь, промисловість, виготовлення засобів виробництва), виробництво та розподілення електроенергії, газу, води
3	Будівництво
4	Торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів, предметів особистого вжитку
5	Діяльність транспорту та зв'язку
6	Фінансова діяльність, операції з нерухомістю, оренда, інжиніринг, надання послуг підприємцям, діяльність у сфері культури та спорту

Як бачимо респонденти в основному репрезентують підприємницький сектор громади за наявною структурою.

В опитуванні брали участь уповноважені представники бізнес-компаній, які представляли верхню або середню ланку менеджменту.

#### Поширеність благодійної діяльності в місті Херсоні

Серед 101-ої опитаної бізнес-компанії думки щодо поширеності благодійної діяльності місцевого бізнесу, а саме надання грошей, товарів та послуг, волонтерської роботи тим, хто потребує сторонньої допомоги, розділилися таким чином:

40% вважають, що така діяльність поширена посередньо;

31% вважають, що така діяльність майже відсутня.

Значна частина респондентів (27%) не змогла дати власну оцінку. І лише два респонденти заявили, що благодійна діяльність місцевого

бізнесу є доволі розповсюдженим явищем в громаді.

Виявлений розподіл відповідей демонструє відсутність переважної оцінки, що може говорити про відсутність чіткого уявлення ролі та місця філантропії в соціальному розвитку громади міста Херсона та про значний потенціал в її розвитку.

Серед опитаних 73 компаній заявили, що вони надають благодійну допомогу, 28 відповіли, що не займаються цим.

#### Систематичність, форми та мотиви благодійності

Лише для невеликої кількості опитаних бізнес-компаній (23,2% від кількості тих, хто надає благодійну допомогу) благодійність є частиною їх корпоративної стратегії. Тобто передбачається, що при плануванні власної діяльності зазначені підприємства та фірми враховують спрямування частини власного прибутку чи доходів в соціальний сектор громади.

Для решти опитаних така діяльність є несистематичною.

## Бізнес та благодійництво в громаді міста Херсона

Так, майже половина (49,3%) респондентів надає благодійну допомогу постійно, але без стратегічного спрямування, або до певних знакових дат, наприклад: День людей похилого віку, Різдво Христове, День захисту дітей тощо.

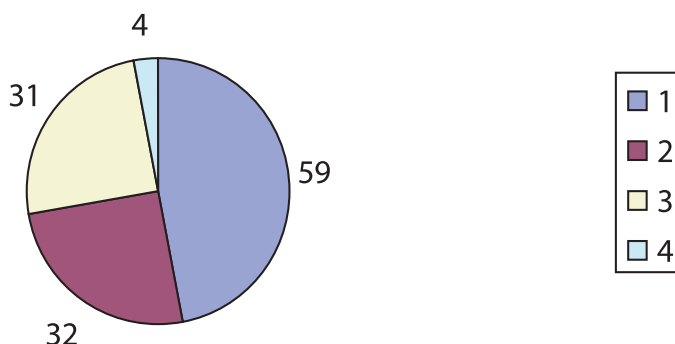
Для 27% опитаних компаній, що займаються благодійністю, така

діяльність характеризується поодинокими випадками.

Респондентам було запропоновано назвати форми надання ними благодійної допомоги (пропонувалося обрати усі можливі варіанти відповідей із множини).

Розподіл відповідей представлено на Діаграмі 2:

Діаграма 2. Форми надання благодійної допомоги



Номер категорії	Форма благодійної допомоги
1	Гроші
2	Товари, послуги, пов'язані з діяльністю компанії
3	Товари, послуги, не пов'язані з діяльністю компанії
4	Волонтерська праця співробітників

Як бачимо, переважна частина тих, хто надає благодійну допомогу (80,8%), здійснюють це у вигляді грошей. А така форма, як волонтерство (тобто коли співробітники компаній на добровільних засадах, наприклад, передають свої експертні знання, консультують, допомагають виконати якусь роботу для тих, хто потребує допомоги), на жаль ще не притаманна херсонському бізнесу. Всього 5,5% тих компаній, які займаються благодійністю, використовують таку доволі розпов-

сюджену на Заході форму благодійності. Такий вид допомоги спрямовується в основному на підтримку дітей-сиріт та соціальний захист громадян, які знаходяться в складних життєвих умовах.

Тобто ситуація в місті Херсоні цілком відповідає тенденції, яка спостерігається в цілому в Україні<sup>1</sup>.

На питання про те, що спонукає компанію займатися філантропією, отримано такі відповіді:

<sup>1</sup> Див.: Корпоративна благодійність в Україні: звіт про результати дослідження. - К., 2005. - 108 с.

Варіанти відповідей	Розподіл відповідей (респонденти обирали усі можливі варіанти)
Для створення позитивного іміджу компанії	18%
Це прояв релігійності	5%
Альтруїзм	84%
Для покращення стосунків з владою	8%
Це модно	0%

Таблиця 1. Мотиви благодійної діяльності (%)

Бажання безкорисливого піклування про благо інших і готовність жертвувати своїми особистими статками – це той основний мотив, який спонукає херсонський бізнес займатися благодійністю.

Не менш важливо для тих, хто проявляє благодійність,

мати відповідний імідж у суспільстві.

#### Сфери філантропії

Данні, представлені у Таблиці 2, дають можливість уявити, на які сфери бізнес-компанії виділяють благодійну допомогу.

Сфери спрямування благодійності	Розподіл відповідей (респонденти обирали усі можливі варіанти)
Підтримка дітей-сиріт	64%
Соціальний захист громадян, що перебувають у складній життєвій ситуації	60%
Охорона здоров'я	29%
Культура	26%
Наука, освіта	19%
Підтримка талановитої молоді	15%
Екологія	7%
Інше	0%

Таблиця 2. Сфери спрямування благодійної допомоги





Значна частина благодійної допомоги херсонського бізнесу йде на підтримку дітей-сиріт та соціально вразливих громадян. Тобто соціальний захист городян – це те, що перебуває в центрі уваги бізнесу, який не лише визнає необхідність благодійництва, але й практикує його.

#### Скільки і яким чином надається благодійна допомога?

Щодо розміру благодійної допомоги, то, нажаль, значна частина респондентів не готова до

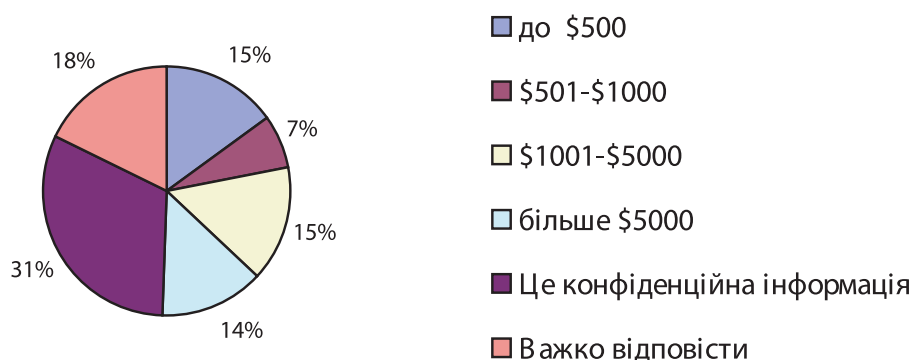
оприлюднення такої інформації.

Так, майже третина опитаних бізнес-компаній зазначили, що така інформація є конфіденційною.

Відповіді інших респондентів демонструють, що в основному компанії витрачають на благодійність або до 2500 грн., або в межах від 5000 грн. до 25000 грн. Значна частина компаній спрямовує більше 25000 грн. в рік.

Структура витрат представлена на Діаграмі 3:

Діаграма 3. Розмір благодійної допомоги, що виділяють бізнес-компанії



Цікавим є те, що значна частина респондентів (18% від опитаних) не змогла оцінити власні витрати на добродійність.

Більшість опитаних бізнес-компаній надають благодійну допомогу безпосередньо соціальній установі, наприклад, дитячому будинку, лікарні, школі, інтернату тощо.

Такий шлях обирає біля 84% підприємств та фірм. Також популярним є надання допомоги безпосередньо громадянам, котрі її потребують (48% від опитаних). Отже, бізнес вдається до простого механізму, який до певної міри забезпечує цільове використання такої допомоги. З іншого боку цей механізм несе додаткове організаційне навантаження на співробітників

бізнес-компаній, оскільки потребує розгляду та додаткового вивчення звернень про допомогу. Цікавим є те, що лише незначна частина підприємств вдається до посередництва органів влади, коли останні виступають проміжною ланкою між тими, хто потребує допомоги, і тим, хто її може надати. Результати, представлені в Таблиці 4, демонструють значний потенціал для розвитку в громаді міста Херсона усталеної світової практики, коли благодійні фонди та організації безвідносно до їх засновників на професійній основі виконують функції допоміжного механізму при перерозподілі благодійної допомоги, забезпечуючи тим самим ефективно її використання саме в тих сферах, які її дійсно потребують в першу чергу.

Механізм надання благодійної допомоги	Розподіл відповідей (респонденти обирали усі можливі варіанти)
Безпосередньо громадянам, які потребують допомоги (конкретним адресатам)	48%
Через конкретний благодійний фонд	23%
Через державну структуру	5%
Безпосередньо соціальній установі	84%
Іншим чином	0%
Важко відповісти	3%

**Таблиця 4.** Шляхи надання благодійної допомоги

#### Перспективи благодійництва

Більшість тих, хто займається благодійництвом (78%) заявило про свій намір продовжувати це, а 21%

швидше готові, ніж ні. Примітним є той, факт, що ніхто не висловив бажання припинити таку діяльність в майбутньому. При цьому 41% не планують змінювати розмір благодійної до-

## Бізнес та благодійництво в громаді міста Херсона

помоги. Лише 18% респондентів готові до її збільшення. Показовим є кількість тих, кому важко чітко визначитися в цьому питанні – 41%.

Щодо перспектив співпраці благодійних організацій та бізнесу, то тут визначальним фактором є поінформованість один про одного. Проте, 59% опитаних бізнес-компаній лише в загальних рисах знайомі з діяльністю благодійних фондів, що діють на території міста. А третина взагалі нічого не знає про цей сектор. Такі результати мають спонукати до активізації інформаційної складової діяльності благодійних фондів, яких в місті нараховується 48.

Серед тих, хто зазначив, що їм не притаманне благодійництво (таких серед усіх опитаних виявлено 28%), 39% висловили бажання цим займатися в майбутньому.

Серед головних причин, які стримують надання благодійної допомоги бізнес-компаніями, превалює, на перший погляд, доволі звична для нашого суспільства причина - відсутність достатніх коштів (50% від опитаних). Усі інші причини є несуттєвими, хоча варто звернути увагу (див. Таблицю 5) на те, що інколи причиною є те, що ніхто не звертається за такою допомогою.

Причини того, що компанія не займається благодійністю	Розподіл відповідей (респонденти обирали усі можливі варіанти)
Відсутність коштів на цю діяльність	50%
Ніхто не звертався	3%
Несприятливе законодавство	0%
Небезпека того, що така допомога буде використана не за призначенням	1%
Відсутність віри в ефективність такої діяльності	1%
Незнання того, як це робиться	0%
Інше	0%
Важко відповісти	0%

**Таблиця 5.** Причини, що стримують благодійну діяльність бізнесу

За умови, коли ті, хто на цей час не надає благодійної допомоги, будуть її надавати в майбутньому, пріоритетною сферою стала знову ж таки підтримка дітей-

сиріт. Тобто херсонське підприємництво готове ділитися частиною своїх прибутків із дітьми, які позбавлені батьківського піклування.

«Альтруїзм – це основний мотив, що рухає прояви благодійництва серед бізнесменів.»



## Висновки та рекомендації

З огляду на отримані результати можемо зробити певні висновки та запропонувати рекомендації.

Громаді міста Херсона притаманне таке явище, як корпоративна благодійність. Проте, такий вид філантропії ще не став системним явищем в стратегії роботи місцевого бізнесу.

Альтруїзм – це основний мотив, що рухає прояви благодійництва серед бізнесменів.

Серед форм благодійництва превалює традиційна для всієї України – гроші.

Соціальний захист громадян та дітей вразливих категорій – це те, що перебуває в центрі уваги благодійної діяльності бізнес-компаній. Ця сфера має стійкі перспективи залишатися і в майбут-

ньому в полі уваги тих, хто збирається займатися благодійництвом.

Херсонський бізнес, в своїй більшості, схильний виділяти благодійну допомогу безпосередньо її адресатам. При цьому обізнаність бізнес-компаній про потенційних «операторів» такої допомоги – благодійні фонди, досить незначна. Це в свою чергу спричиняє те, що переважна частина існуючих в громаді благодійних фондів фактично є бездіяльними та не виконують в повному обсязі своїх функцій – акумуляція благодійної допомоги з метою її подальшого перерозподілу серед груп та в сфери, які потребують такої допомоги.

Брак достатніх ресурсів – головний стримувач благодійницького подвижництва бізнес-компаній. Тобто перспективи філантропії в громаді в



значній мірі залежатимуть від загального економічного стану громади та результативності підприємницької діяльності.

Крім того, бізнес-компанії не мають наміру збільшувати розміри благодійної допомоги в найближчому майбутньому. Поряд з цим, значна кількість бізнес-компаній не готова до відкритості у питанні розмірів надання благодійної допомоги.

**Ураховуючи це, рекомендується:**

- благодійним організаціям активізувати свою роботу щодо висвітлення власної діяльності. Більш активну позицію мають зайняти і місцеві ЗМІ, висвітлюючи позитивні практики співпраці благодійних організацій та бізнес-компаній;

- дослідницьким організаціям та неурядовим організаціям збільшити кількість досліджень про основні потреби громади в залученні благодійної допомоги від бізнесу, інформувати про результати вивчення потреб, в першу чергу, потенційних надавачів благодійницької допомоги з метою оптимізації ресурсів;

- бізнес-компаніям більше використовувати різноманітні форми надання благодійної допомоги, впроваджувати у свою практику інноваційні форми, які вимагають не лише грошей;

- розвивати ефективні способи управління благодійницькою діяльністю бізнес-компаній через вбудову програми в соціальну політику бізнесу, створення власних корпоративних фондів, передачу управління власними благодійними програмами організаціям, що професійно займаються цим (наприклад, благодійним фондам, застосувавши механізм конкурсу чи тендеру);

- місцевим НУО активізувати роботу щодо популяризації та утвердження стійкого позитивного ставлення до благодійництва, як серед бізнес-середовища, так і серед громадськості в цілому;

- розвивати в громаді нові форми акумуляції та прозорого розподілу внесків бізнесу у благодійництво. Ширше застосовувати практику реалізації спільних проектів влади, бізнесу та неурядових організацій;

- бізнес-компаніям розвивати механізми узгодження власних дій щодо сфер, напрямків спрямування благодійної допомоги, забезпечуючи тим самим рівномірний розподіл обмежених ресурсів між найпріоритетнішими сферами, що визначають соціальний розвиток громади в цілому.

## Розподіл відповідей на питання анкети

### БЛОК 1. Общие вопросы

1. Скажите, пожалуйста, насколько в Херсоне распространена благотворительная деятельность бизнес-компаний, а именно предоставление денег, товаров и услуг, волонтерской работы тем, кто нуждается в помощи?

*(выбрать только один вариант ответа)*

Количество ответов, N=101	
В значительной степени	2
Почти отсутствует	40
Средне	32
Затрудняюсь ответить	27

2. Ваша компания предоставляет благотворительную помощь нуждающимся?

*(выбрать только один вариант ответа)*

Количество ответов, N=101	
Да (переходите к вопросу № 6)	73
Нет (переходите к вопросу №3)	28
Затрудняюсь ответить (переходите к вопросу №16)	0

### БЛОК 2. Для компаний, которые не предоставляют благотворительную помощь

3. Какие причины того, что Ваша кампания не занимается благотворительностью?

*(выбрать не более трех вариантов ответов)*

	Количество ответов, N=28
Отсутствие средств на эту деятельность	14
Никто не обращался	3
Неспособствующее законодательство	0
Опасение того, что такая помощь будет использована не по назначению	1
Неверие в эффективность такой деятельности	1
Незнание того, как это делается	0
Другое (укажите) _____	0
Затрудняюсь ответить	0

4. Имеет ли ваша компания желание предоставлять благотворительную помощь?  
(выбрать только один вариант ответа)

	Количество ответов, N=28
Да	11
Нет (переходите к вопросу №16)	15
Затрудняюсь ответить (переходите к вопросу №16)	2

5. На какие сферы могла бы быть направлена ваша благотворительная деятельность?  
(выбрать не более трех вариантов ответов)

	Количество ответов, N=28
социальную защиту граждан, находящихся в тяжелой жизненной ситуации	2
науку, образование	1
культуру	1
экологию	0

## Проект «Розвиток філантропії у громаді»

здравоохранение	2
поддержку детей-сирот	7
поддержку талантливой молодежи	2
другое _____	0
затрудняюсь ответить	1

(после ответа на вопрос №5 переходите к вопросу №16)

### БЛОК 3. Для компаний, которые предоставляют благотворительную помощь

**6.** Насколько систематической есть благотворительная деятельность вашей компании?

*(выбрать только один вариант ответа)*

**7.** В какой форме предоставляется благотворительная помощь?  
*(выбрать все возможные варианты)*

Количество ответов, N=73	
Деньги	59
Товары, услуги, связанные с деятельностью компании	32
Товары, услуги, не связанные с деятельностью компании	31



Волонтерский труд сотрудников компании	4
Другое (укажите) _____	0

8. На какие сферы направлена благотворительная деятельность Вашей компании?

(выбрать все возможное варианты)

Количество ответов, N=73	
социальную защиту граждан, находящихся в тяжелой жизненной ситуации	44
науку, образование	14
культуру	19
экологию	5
здравоохранение	5
поддержку	7
поддержку	1
другое (укажите) _____	0
затрудняюсь	0
Непосредственно гражданам, которые нуждаются (конкретным адресатам)	35
Через конкретный благотворительный фонд, общественную организацию	17
Через государственную структуру	4
Непосредственно социальному учреждению (например, детскому дому, больнице)	61
Иным образом (укажите) _____	0
Затрудняюсь ответить	2

## Проект «Розвиток філантропії у громаді»

**10.** Могли бы ли Вы назвать размер, предоставленной Вашей компанией за последний год, благотворительной помощи в денежном эквиваленте.

*(выбрать только один вариант ответа)*

Количество ответов, N=73	
до 500 \$	11
от \$501 до \$1000	5
от \$1001 до \$5000	11
больше \$5000	10
Это конфиденциальная информация	23
Затрудняюсь ответить	13

**11.** Какими мотивами руководствуется Ваша компания, предоставляя благотворительную помощь?

*(выбрать все возможное варианты)*

Количество ответов, N=73	
Для создания позитивного имиджа компании	13
Это проявление религиозности	4
Альтруизм (бескорыстие)	61
Для улучшения взаимоотношений с властью	6
Это модно	0
Другое (укажите) _____	0
Затрудняюсь ответить	1

**12.** Имеет ли Ваша компания желание продолжать заниматься благотворительностью в дальнейшем?

*(выбрать только один вариант ответа)*

Количество ответов, N=73	
Да	57

Скорее да, нежели нет	15
Скорее нет, нежели да	0
Нет (переходите к вопросу №16)	0
Затрудняюсь ответить (переходите к вопросу №16)	1

**13.** Планирует ли Ваша компания изменить объем благотворительной помощи в дальнейшем?

*(выбрать только один вариант ответа)*

	Количество ответов, N=73
Не планирует менять	30
Планирует увеличить	13
Планирует уменьшить	0
Затрудняюсь ответить	30

**14.** Насколько Ваша компания осведомлена о деятельности благотворительных фондов, общественных организаций города?

*(выбрать только один вариант ответа)*

	Количество ответов, N=73
Очень хорошо осведомлена. Постоянно следим за этой деятельностью	4
Осведомлена в общих чертах	43
Не осведомлена	23
Вообще не знаем, что существуют такие организации	1
Затрудняюсь ответить	2

**15.** Хотела бы Ваша компания получать больше информации о возможностях сотрудничества с благотворительными фондами, общественными организациями города?

*(выбрать только один вариант ответа)*

**БЛОК 4. Інформація о компанії**

16. Название компании \_\_\_\_\_

17. Имя контактного лица \_\_\_\_\_ телефон \_\_\_\_\_



# Успішні практики (за матеріалами преси)

## Готуй бойлер влітку

Так, народна мудрість про сани, які треба готувати влітку, цілком прийнятна до наших опалювальних сезонів. Але аж ніяк не прислів'ями керувалися директор ХФ банку ЗАТ „банк Петрокомерц-Україна» Андрій Благодатний й керівництво благодійного фонду «Захист», коли вирішили купити та передати водонагрівач спеціалізованому приймальнику-розподільнику для неповнолітніх.

Із проханням допомогти дітям (а неповнолітні віком 10-18 років, які скоїли правопорушення - це за нашим законодавством все ж таки діти) у фонд й у банк звернувся настоятель храму св.Петра Могили ієрей Микола Циганов. Він уже не один рік допомагає підліткам, які в приймальнику-розподільнику чекають рішення суду. Іноді їм доводиться чекати до трьох місяців, а поки вони чекають, працівники спецприймальника разом зі служителями церкви намагаються прищепити їм корисні навички, займаються з ними, піклуються про поповнення бібліотеки. Але ж багато хто з підлітків і азбуки в руках не тримали... Словом, важка це робота. А тут ще й побутові проблеми накладаються. У приймальнику немає гарячої води, і коли туди потрапляють «діти вулиці», то вимити їх, провести санітарну обробку - ціла проблема. Воду доводилося спеціально гріти, а мити дітей - у тазках.

Після одержання листа із проханням про допомогу першим

кроком директора ХФ банку «Петрокомерц» Андрія Благодатного було звернення до фонду «Захист», членом якого він є. Звичайно, банк - не благодійна установа, і часу розбиратися в тонкощах всіх прохань у його керівництва немає. А прохання надходять постійно: спрацьовує стереотип «банк - це гроші». Саме тому банк приєднався до програми розвитку корпоративної філантропії, ініційованої цього року благодійним фондом «Захист» за підтримки Єврокомісії, що дозволило банківським працівникам перекласти турботу про те, кому саме і як допомагати, на плечі благодійного фонду. У відповідь на запит церкви про допомогу приймальнику-розподільнику представники фонду виїхали на місце й оцінили ситуацію - так, допомога дійсно потрібна. Працівники розподільника дуже стараються, все чисто, але меблі, устаткування - все дуже старе. А головне - немає гарячої води.

Сучасний водонагрівач ємністю 80 літрів директор банку й керівник благодійного фонду вибрали разом. Ця допомога оформлена офіційно, передана по документах, і можна бути впевненим - буде використана суворо за призначенням. Те, що в приймальнику були подарунку раді - говорити зайво, це було видно по тому, як зустрічали гостей - що називається, «при повному параді». Працівники

«Але ж багато хто з підлітків і азбуки в руках не тримали...»

## Проект «Розвиток філантропії у громаді»

---

спецприймальника обіцяли, що до зими з встановленням бойлера впораються. Як говоритися - було б що ставити.

Цей приклад безкорисливої допомоги для ХФ ЗАТ «Банк

Петрокомерц-Україна» не єдиний, а його директор Андрій Благодатний у травні цього року був нагороджений церквою за благодійну діяльність Орденом Преподобного Нестора Літописця.

Сайт: [www.socioprostir.org.ua](http://www.socioprostir.org.ua)

**Пельмені для підтримки таланту**

Херсонський бізнесмен Олексій Урсуленко та Херсонський Фонд милосердя та здоров'я спільно започаткували благодійну програму «Підтримай талант!».

В магазинах міста продавалися дитячі пельмені торгової марки «КОЛО», на упаковках яких було розміщено логотип Фонду і повідомлення: 20 коп. від ціни кожної пачки піде на навчання талановитих дітей із бідних сімей. Гроші надходили на спеціальний рахунок Фонду.

За 5 місяців на рахунок закумулювалося близько 10 тисяч гривень – отже, в акції взяли участь більше 47 тисяч людей!

У лютому 2006 року оголосили конкурс серед гуртків – тих, що вже працюють і таких, що створюються. Умова – участь дітей у гуртках має бути безкоштовна. Заявки на участь подали 11 гуртків.

Журі визначило 4-х переможців та профінансувало їх за рахунок зібраних коштів від продажу.

Міський центр науково-технічної творчості учнівської молоді, де дітлахи навчаються автомоделюванню, отримав кошти на проєкт “Майбутнє України серед нас” (керівник Юрій Данилов).

Центр дитячої творчості, у якому відроджують українські народні ремесла, зміг, нарешті, відремонтувати муфельну піч для керамічних виробів та закупити фарби й пензлі для петриківського розпису.

Проєкт “Світ дитячого мистецтва та творчості” (Палац дитячої та юнацької творчості). Проєкт передбачав навчання дітей мистецтву аранжування квітів, роботі з соломкою, природними матеріалами.

Школа-інтернат ім. Т.Шевченка на закупівлю нових столярних верстатів для навчання дітей азам професії.

За словами Президента Фонду милосердя Алли Тютюнник, проєкт не просто підтримав 4 дитячі гуртки, а дав змогу долучитися до благодійництва багатьом людям. “Якщо херсонські виробники розмістять на своїх товарах символіку нашої програми, якщо погодяться від кожної одиниці проданого товару переказувати на спецрахунок бодай кілька копійок, – ми зможемо підтримати всіх талановитих дітей в Херсоні й області...”

За матеріалами газети «Вгору»

“Якщо херсонські виробники розмістять на своїх товарах символіку нашої програми, якщо погодяться від кожної одиниці проданого товару переказувати на спецрахунок бодай кілька копійок, – ми зможемо підтримати всіх талановитих дітей в Херсоні й області...”

## Співпраця з бізнесом

«Нажаль, знання та інформація, отримані в навчальних закладах, вже не задовільняють потреби приватного фармацевтичного сектору в Україні.»

Партнерство фармацевтичних кампаній та громадських організацій задля вирішення проблем регіону

На Львівщині близько 300 фірм та відокремлених представництв працюють в гуртовій торгівлі лікарськими засобами, близько 6 000 провізорів та фармацевтів працюють в 2 500 аптечних, переважно приватних, закладах. Розвиток малого та середнього бізнесу в фармацевтичній та медичній галузях вимагає професійного росту його працівників, вміння ефективно представляти свою продукцію, використовувати новітні комунікаційні технології, проводити презентації. Нажаль, знання та інформація, отримані в навчальних закладах, вже не задовільняють потреби приватного фармацевтичного сектору в Україні.

Задовольнити існуючий попит на спеціалізовані, орієнтовані на галузь тренінгові, освітні, інформаційні/юридичні, послуги як в середовищі фармацевтичних підприємств, представництв, заводів-виробників, так і серед провізорів, фармацевтів, менеджерів середньої ланки та медиків не було кому через банальну причину – відсутність освітніх проектів.

Створення регіонального центру підтримки ініціатив у сфері фармації та медицини створило можливості для співпраці між фармацевтичними компаніями та благодійним фондом „Галицький аптекар”, який став ініціатором проекту спрямованого на поліпшення забезпечення

вразливих груп населення медикаментами.

Мета центру - це, з одного боку, залучення ресурсів до БФ „Галицький аптекар” шляхом проведення тренінгів та конференцій, надання консультацій, а з іншого боку - впровадження благодійних програм фонду, а саме, підтримка дітей сиріт, пенсіонерів-фармацевтів і медиків львівського регіону.

Центром проведено на платній основі 32 тренінги та семінари для фармацевтичних та медичних працівників регіону щодо маркетингових, фінансових, управлінських та інших аспектів фармацевтичної діяльності, 2 науково-практичні конференції на замовлення громадських, професійних фармацевтичних організацій, 2 презентації закордонних компаній виробників фармацевтичної продукції, на систематичній основі надавалися консультації 17 юридичним особам.

Підприємницька діяльність центру дозволила отримати дохід у сумі 48 605 грн., який було використано на благодійні програми фонду, а саме надання медикаментозної допомоги вразливим верствам населення, збільшено кількісні показники надаваної дотепер фондом благодійної допомоги населенню, а також розширено кількість самих отримувачів допомоги. (Благодійні програми фонду „Благодійний фармацевтичний банк”, „Фармацевти - лікарням”, „Ветерани фармації”, „Здоров`я нашим дітям”).

Здійснення проекту також дозволило отримати, транспортувати та розподілити медикаментозну допомогу, а також допомогу виробами гігієни та медичного призначення на загальну суму понад 60 000 грн. Проект по-

## Бізнес та благодійництво в громаді міста Херсона

сприяв також отриманню із місцевих джерел від юридичних та фізичних осіб (через мережу скарбничок) благодійної допомоги на суму понад 30 000 грн.

Діяльність центру підтримки ініціатив у сфері фармації і медицини сприяла поліпшенню репутації фонду в медичних та фармацевтичних колах, побудувала міст довіри та відкрила нові шляхи для співпраці Благодійного фонду „Галицький аптекар” з Головним управлінням охорони здоров’я ЛОДА, міським управлінням охорони здоров’я, Державною інспекцією з контролю якості лікарських засобів і ви-

робів медичного призначення, а також з місцевими гуртовороздрібними фармацевтичними організаціями.

У вересні 2005 року на шостому національному конкурсі фармацевтичної галузі „Панацея-2005”, котрий організовує Міністерство охорони здоров’я України, Асоціація фармацевтичних виробників України - благодійний фонд „Галицький аптекар” був нагороджений у номінації „Соціальний проект” за один із благодійних проектів, а саме „Благодійний фармацевтичний банк”

Сайт: [www.ucan-isc.org.ua](http://www.ucan-isc.org.ua)



«Кожні 35 хвилин в Україні діагностується випадок раку молочної залози й щогодини від цього найбільш розповсюдженого онкологічного захворювання в нашій країні помирає жінка.»

## Проект «Розвиток філантропії у громаді»

### Антираковий корпус

Кожні 35 хвилин в Україні діагностується випадок раку молочної залози й щогодини від цього найбільш розповсюдженого онкологічного захворювання в нашій країні помирає жінка. Такий високий рівень смертності пов'язаний з тим, що у значному числі випадків виявлення хвороби відбувається лише на пізніх стадіях. Пересічні жінки і навіть медперсонал недостатньо поінформовані про можливість раннього діагностування хвороби. Відповідальні чиновники не створили умов для своєчасного і регулярного обстеження жінок, не дотримуються стандартів лікування та взятих на себе обов'язків по забезпеченню медичними препаратами та протезами. Жінки, що перенесли онкологічне захворювання, далеко не завжди можуть пройти курс реабілітації.

«Для того, щоб змусити державу опікуватись проблемою, ми об'єднали зусилля профільних громадських організацій по всій країні в мережу «Адвокація проти раку», провели національну інформаційно-просвітницьку кампанію «Знання перемагає рак», - розповідає Галина Павлівна Майструк, голова правління БФ «Здоров'я жінки і планування сім'ї». Інформаційну кампанію підтримала одна з провідних косметичних компаній, яка профінансувала розробку, друк і розповсюдження 100000 примірників пластикових інформаційних карток по самообстеженню молочних залоз. Завдяки допомозі бізнес-партнерів створено гарячу лінію, що дає змогу жінкам опера-

тивно консультуватися з провідними київськими фахівцями.

Успішним досвідом фандрейзінгу спеціалісти БФ «Здоров'я жінки і планування сім'ї» поділилися з іншими членами коаліції під час навчального тренінг-семінару в Ялті. Так столична влада підтримала розроблену фондом програму, реабілітації жінок після операції. Її 44 жінки пройшли курс реабілітації в санаторії Ялта коштом міської адміністрації. Кошти на подібні заходи тепер закладено в міську програму „Турбота” й на наступні роки. Київські успіхи надихнули Вінницький БФ „Адамант”, який добився від обласної влади придбання цифрового мамографа, вартість якого разом із пересувною автомобільною базою становить 750 тисяч гривень. Крім того, всі жінки, які пройшли операційне втручання, безкоштовно забезпечуються протезами.

У наймасовіших виданнях, спрямованих на жіночу аудиторію, було розміщено поради щодо діагностування хвороби, історії мужньої боротьби жінок, які перенесли захворювання, за право залишатись повноправними членами суспільства. Демонстрація на національних телеканалах спеціально створеного документального фільму «Антираковий корпус» про жінок, які подолали хворобу та об'єднались в громадські організації, щоб захищати свої права, підвищила інтерес та зацікавленість до діяльності членів мережі «Адвокація проти раку» з боку медичної спільноти та влади. Верховна рада України запланувала провести парламентські слухання з приводу раку молочної залози та супутніх проблем у 2006 році.

Завдяки створенню національної мережі адвокатів «Разом

## Бізнес та благодійництво в громаді міста Херсона

---

проти раку» до якої увійшли 25 організацій з різних регіонів України та проведенню широко-масштабної інформаційної кампанії, вдалося привернути увагу

держави до проблеми раку молочної залози. ОГС отримали досвід лобіювання на державному рівні інтересів жінок.

Сайт: [www.ucan-isc.org.ua](http://www.ucan-isc.org.ua)

## Зміст

ПЕРЕДМОВА	1
ВСТУП	3
МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ	5
РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ	9
Портрет респондентів	9
Поширеність благодійної діяльності в місті Херсоні	10
Систематичність, форми та мотиви благодійності	10
Сфери філантропії	12
Скільки і яким чином надається благодійна допомога?	13
Перспективи благодійництва	14
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	16
РОЗПОДІЛ ВІДПОВІДЕЙ НА ПИТАННЯ АНКЕТИ	18
УСПІШНІ ПРАКТИКИ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ПРЕСИ)	25