

ДОДАТКИ

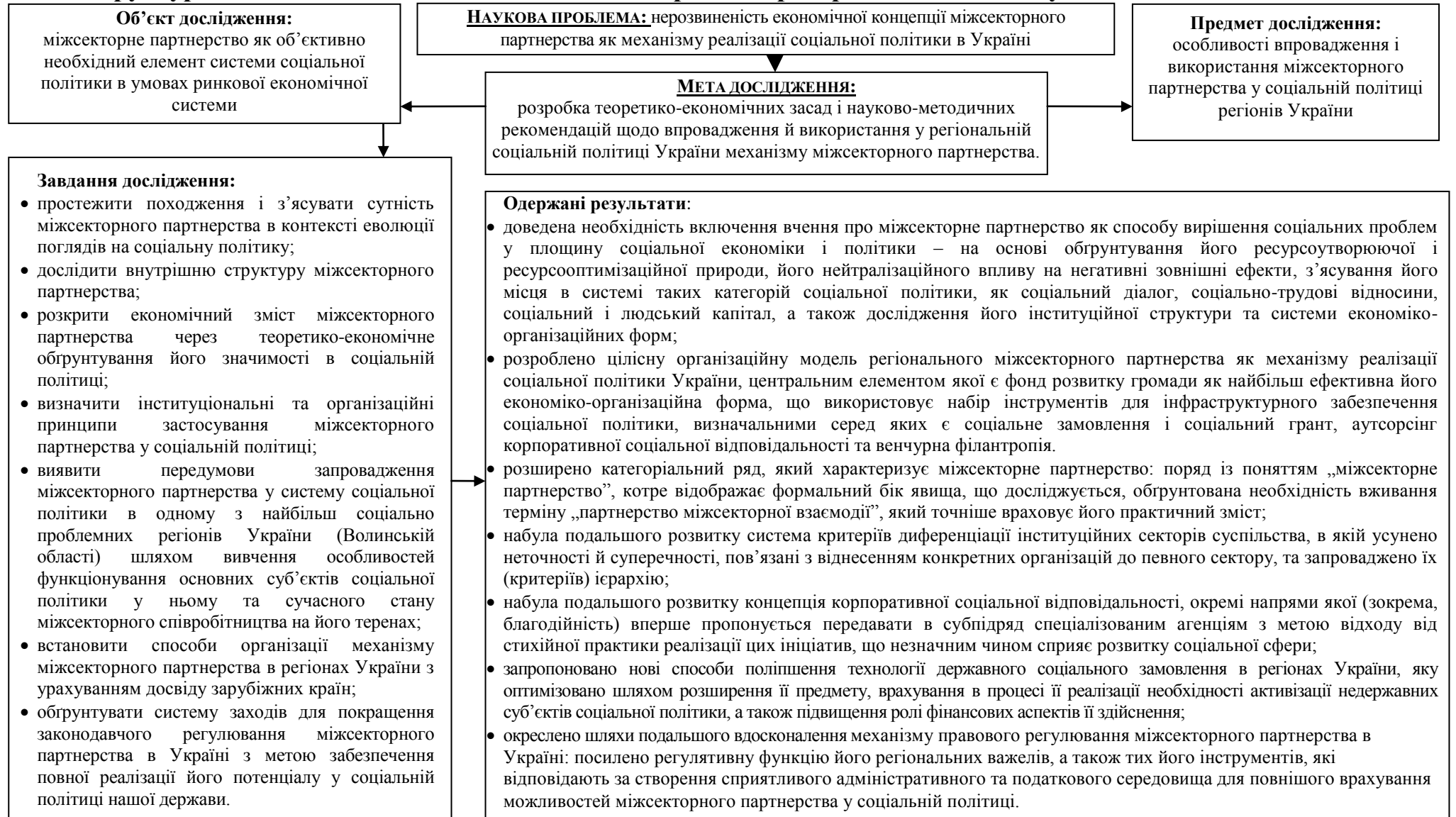
Додаток 1

Актуальність та своєчасність застосування міжсекторного партнерства у соціальній політиці регіонів України



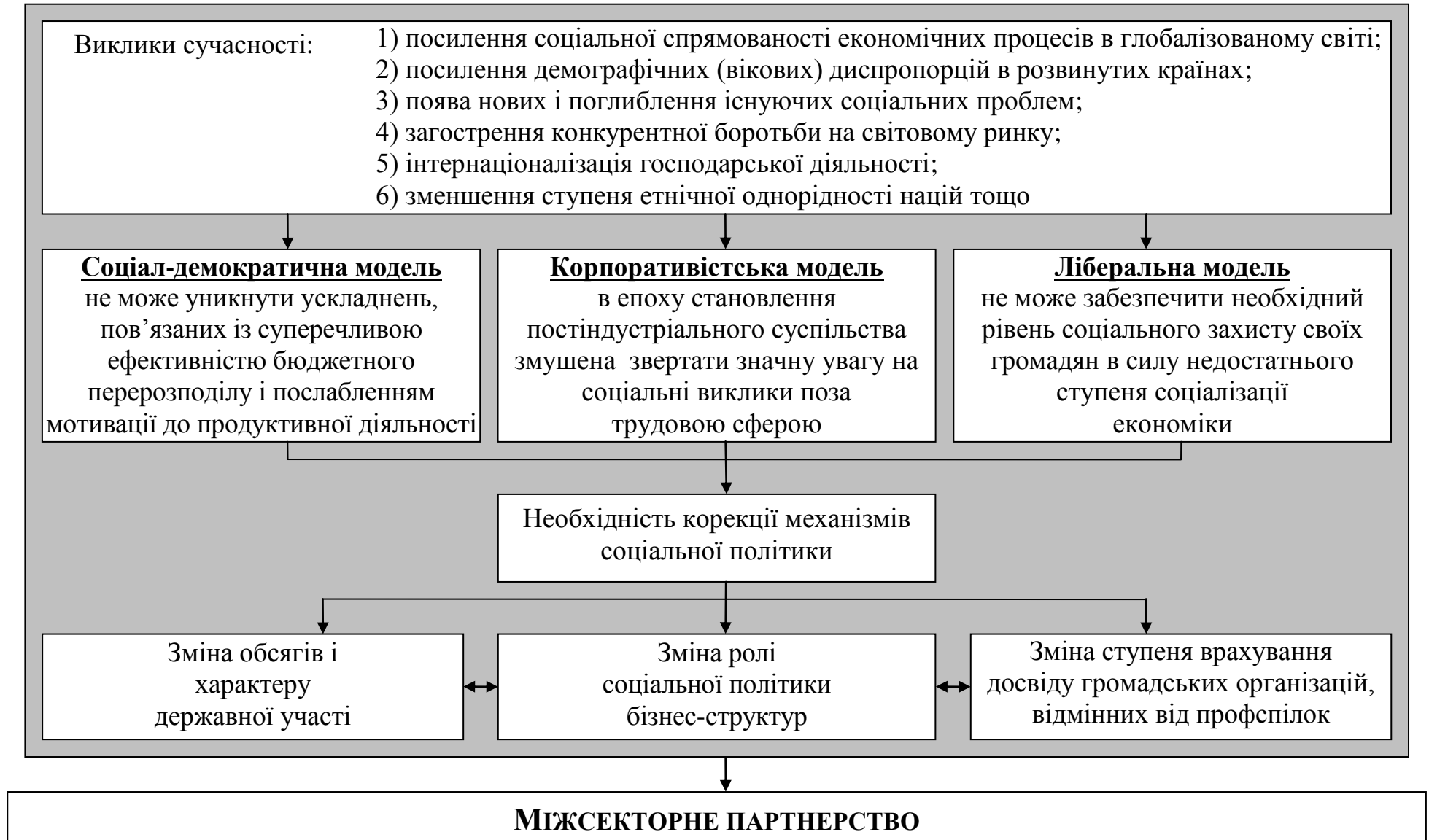
Додаток 2

Структурно-логічна схема дослідження міжсекторного партнерства як механізму соціальної політики



Додаток 3

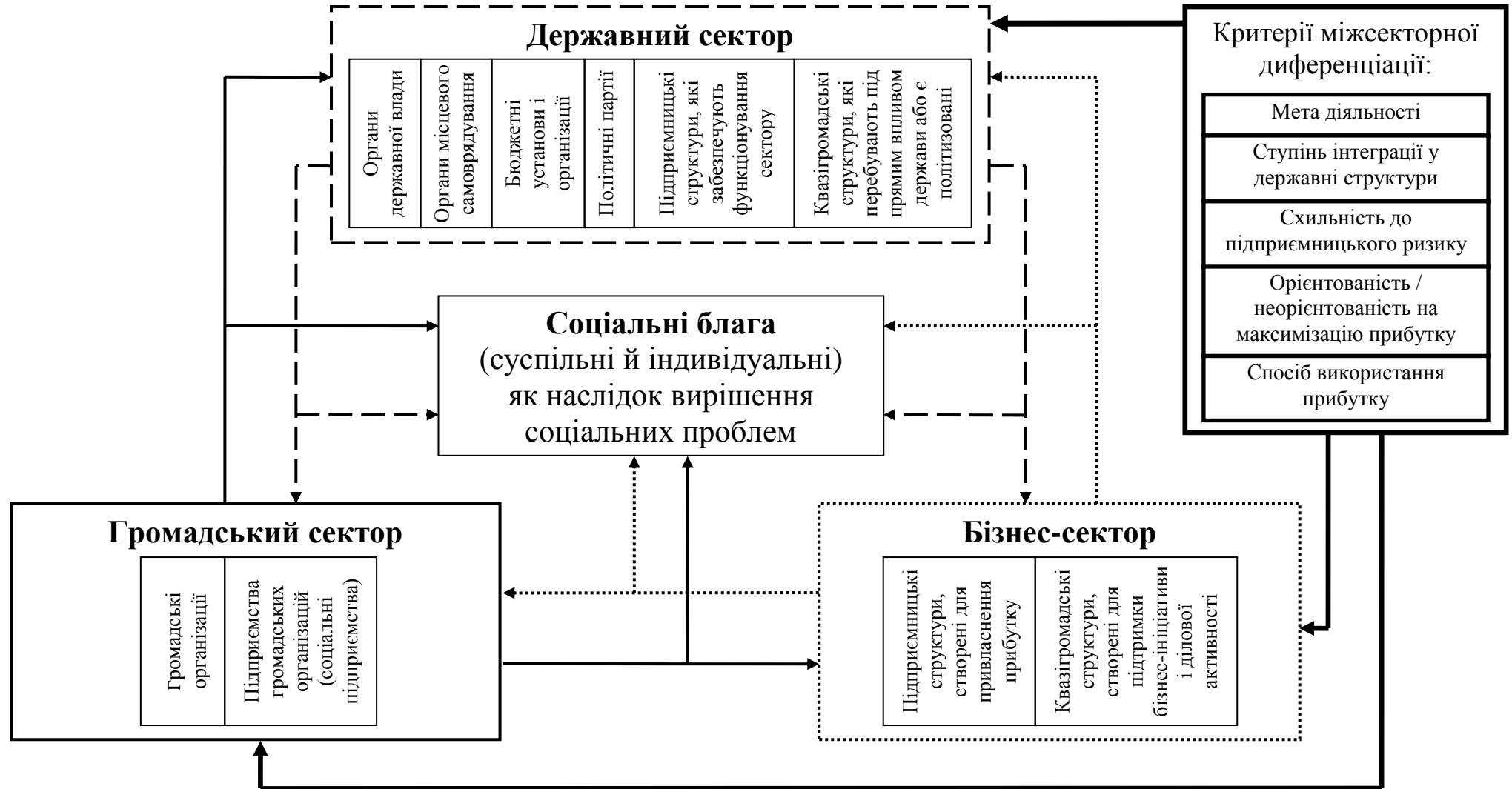
Генезис міжсекторного партнерства в контексті еволюції поглядів на соціальну політику



Додаток 4
Міжсекторне партнерство як об'єктивно необхідний елемент соціальної політики

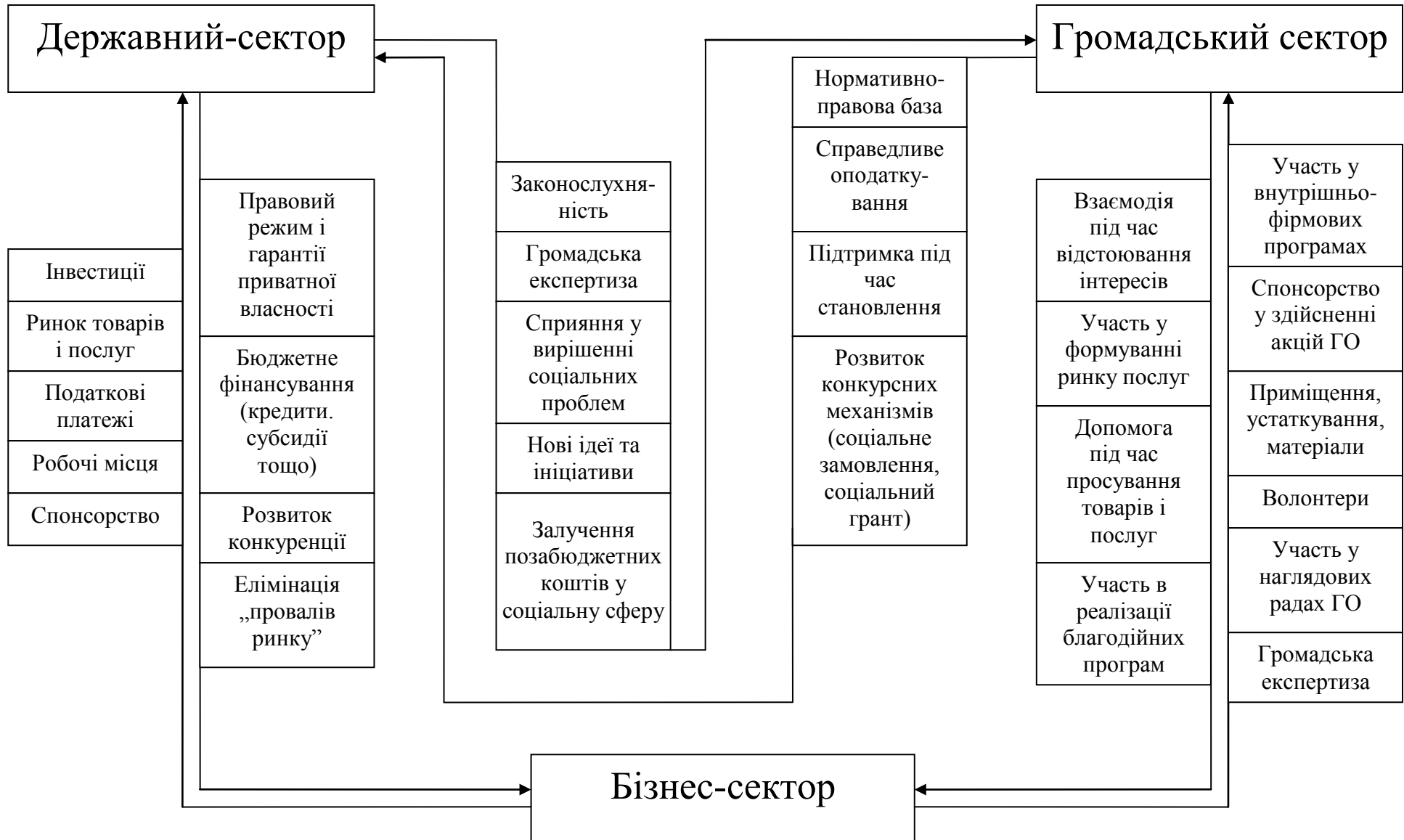


Додаток 5
Конструкція міжсекторного партнерства



Додаток 6

Міжсекторне соціальне партнерство: взаємні очікування між парами секторів (за В.М. Якимцем)



Додаток 7

Інтерналізація негативних зовнішніх ефектів в структурі міжсекторного партнерства

Суб'єкти, найбільше схильні до виробництва негативних екстерналій (держава та бізнес), виявляються далеко не завжди здатними взяти на себе витрати з їх нейтралізації (інтерналізувати їх)

Вчені визнають діяльність громадських структур як найбільш ймовірний спосіб інтерналізації зовнішніх ефектів

Інтерналізаційні механізми, які застосовуються громадськими структурами, можна умовно поділити на:

Механізм опозиції:

громадськість активно анонсує проблему негативних зовнішніх ефектів, одночасно позиціонує себе (або будучи позиціонованою) як опонент і суперник держави та бізнесу

Механізм заміщення:

громадські організації самостійно намагаються усунути шкоду, завдану бізнес-сектором чи державною владою, і водночас – як виробник соціальних благ – прагнуть (або змушені) повністю взяти на себе виконання соціальних функцій держави та бізнесу (замінити їх)

Виходячи із недоцільності міжсекторної конкуренції, обидва є джерелом додаткових (вторинних) екстерналій, пов'язаних із нарощуванням потенціалу конфронтації й неконструктивного суперництва

Міжсекторне партнерство уособлює принципово інший інтерналізаційний механізм:

Механізм комплементарності:

громадські організації здійснюють спеціалізовану діяльність, спрямовану на адитивний результат, а нейтралізація негативних зовнішніх ефектів через спільні наміри та інтереси учасників міжсекторного партнерства можлива за добровільної й мотивованої участі винуватців екстерналій

Додаток 8

Необхідність розвитку партнерства основних суб'єктів соціальної політики у Волинській області



Додаток 9

ЛИСТОК УСНОГО ОПИТУВАННЯ

експертів – керівників державних установ і організацій Волинської області, фахівців з питань соціальної політики, державних фінансів й державного регулювання для з'ясування стану розвитку і перспектив соціальної сфери регіону в рамках дисертаційного дослідження аспіранта кафедри країнознавства і міжнародних відносин Волинського державного університету імені Лесі Українки Звоняря В. П. (експерти відібрані методом „снігової кульки”)

- оцінка експертами потреби у фінансуванні галузей соціальної сфери Волинської області;
- оцінка експертами дефіциту кадрів у галузях соціальної сфери Волинської області і пов'язаних із цим проблем її функціонування;
- визначення експертами й загальний аналіз основних соціальних проблем Волинської області;
- оцінка експертами перспектив позитивного впливу на стан соціальної сфери області громадських організацій і громадської ініціативи взагалі;
- визначення експертами найбільш значимих із діючих форм міжсекторного співробітництва у Волинській області;
- оцінка експертами перспектив корпоративної соціальної відповідальності в регіоні.

Додаток 10

**Методика проведення контент-аналізу*,
що застосовувалась для визначення особливостей соціальної політики
організацій державного сектору у Волинській області**

1. Визначення одиниці аналізу – у нашому випадку нею стала загальна тема „Ефективність соціальної політики організацій державного сектору”, виражена в смислових частинах тексту;
2. Визначення лічильної одиниці – ключового слова в межах заданої теми, її кількісної міри (для якомога глибшого аналізу тексту було обрано декілька таких слів: ефективність, робота, служба, якість, діяльність, функціонування);
3. За допомогою Microsoft Word – пошук і підрахунок лічильних одиниць в першому із сукупності документів, що аналізуються:
 - 3.1. Активізація діалогового вікна „Заменить” меню „Правка” в електронній версії документу;
 - 3.2. Уведення одної з визначених лічильних одиниць у графу „Найти” діалогового вікна „Заменить”; щоб врахувати спектр можливих словоформ цієї одиниці, введення слід здійснювати без її відмінкових закінчень;
 - 3.3. Уведення такої ж словоформи обраної лічильної одиниці у графу „Заменить на” діалогового вікна „Заменить”;
 - 3.4. За необхідності – деталізація параметрів заміни: наприклад, для наочності сприйняття можна використати функцію виділення кольором знайдених слів (у меню „Формат”);
 - 3.5. Активізація функції „Заменить все” діалогового вікна „Заменить”. Повідомлення про кількість здійснених замін дає можливість зробити попередні висновки про вживання конкретної словоформи обраної лічильної одиниці в документі, що аналізується;

4. Активізація функції „Найти далее” діалогового вікна „Заменить”, що дозволяє переглянути кожну словоформу обраної лічильної одиниці, дослідити її контекст і визначити її лексичне навантаження;
5. Відсіювання контекстуально непридатних лічильних одиниць, узагальнення й фіксація отриманої інформації;
6. Застосування процедури пошуку, підрахунку й дослідження контексту до кожної з решти лічильних одиниць для документу, що аналізується;
7. Застосування процедури контент-аналізу до кожного із сукупності досліджуваних документів;
8. Узагальнення й фіксація отриманої інформації.

** методика контент-аналізу у такому вигляді була розроблена студентами факультету економіки, соціології і права Московського державного педагогічного університету (2002 р.) для використання в умовах відсутності загальнодоступного ліцензійного програмного забезпечення, необхідного для обробки даних формалізованого аналізу значних за обсягом текстів.*

Додаток 11

**Методика розрахунку індексу якості соціальної політики органів
державної влади і місцевого самоврядування (I_{ESSP})**

1. Вибір індикаторів якості соціальної політики організацій державного сектору – обґрунтований у параграфі 2.1: кількість державних і регіональних програм соціального значення, виконання яких профінансоване повністю (PRO_{fin}); кількість спеціалістів-авторів раціоналізаторських пропозицій, які виконуються у соціальній сфері (LAB_{innov}); кількість зловживань у соціальній сфері за участю державних службовців (CRI_{social}).

2. Нормування обраних індикаторів :

2.1. Перелічені індикатори вимірюються різними одиницями (числом програм, осіб, злочинів). Приведення їх до одного виміру пропонується здійснювати через пошук частки вказаних чисел відповідно в загальній кількості державних і регіональних програм соціального значення, що реалізуються (PRO_{total}), загальній кількості спеціалістів соціальної сфери (LAB_{total}) і загальній кількості зловживань за участю державних службовців (CRI_{total}) у визначеному регіоні. В результаті індикатори отримають вигляд відповідно: $PRO_{fin} \div PRO_{total}$, $LAB_{innov} \div LAB_{total}$ і $CRI_{social} \div CRI_{total}$.

2.2. Оскільки маємо справу як з індикаторами-стимуляторами ($PRO_{fin} \div PRO_{total}$ і $LAB_{innov} \div LAB_{total}$), так й індикаторами-дестимуляторами ($CRI_{social} \div CRI_{total}$), значення яких різноспрямоване, для їх уніфікації застосуємо такі формули нормування, загальнозживані в подібних випадках:

$$Y_i = (x_i - x_{\min}) \div (x_{\max} - x_{\min}) - \text{для індикаторів-стимуляторів і}$$

$$Y_i = (x_{\max} - x_i) \div (x_{\max} - x_{\min}) - \text{для індикаторів-дестимуляторів,}$$

де

Y_i – нормоване значення і-го показника,

x_i – його вихідне значення;

x_{\min} , x_{\max} – його мінімальне і максимальне значення.

Легко помітити, що в нашому випадку формально завжди

$$x_{\min} = PRO_{fin} \div PRO_{total} = LAB_{innov} \div LAB_{total} = CRI_{social} \div CRI_{total} = 0;$$

$$x_{\max} = PRO_{fin} \div PRO_{total} = LAB_{innov} \div LAB_{total} = CRI_{social} \div CRI_{total} = 1.$$

Тому для індикаторів-стимуляторів $PRO_{fin} \div PRO_{total}$ і $LAB_{innov} \div LAB_{total}$ завжди $Y_i = x_i$, а для єдиного індикатора-дестимулятора $CRI_{social} \div CRI_{total}$ відповідно $Y_i = 1 - x_i$.

IV. Розрахунок індексу I_{ESSP} :

$$I_{ESSP} = (PRO_{fin} \div PRO_{total}) \times W_{PRO} + (LAB_{innov} \div LAB_{total}) \times W_{LAB} + (1 - CRI_{social} \div CRI_{total}) \times W_{CRI},$$

де

$PRO_{fin} \div PRO_{total}$ – нормоване значення кількості державних і регіональних програм соціального значення, виконання яких профінансоване повністю;

W_{PRO} – ваговий коефіцієнт, з яким враховується $PRO_{fin} \div PRO_{total}$;

$LAB_{innov} \div LAB_{total}$ – нормоване значення кількості спеціалістів-авторів раціоналізаторських пропозицій, які виконуються у соціальній сфері;

W_{LAB} – ваговий коефіцієнт, з яким враховується $LAB_{innov} \div LAB_{total}$;

$(1 - CRI_{social} \div CRI_{total})$ – нормоване значення кількості зловживань у соціальній сфері за участю державних службовців

W_{CRI} – ваговий коефіцієнт, з яким враховується $1 - CRI_{social} \div CRI_{total}$.

Для отримання вагових коефіцієнтів W_{PRO} , W_{LAB} , W_{CRI} використовується метод експертних оцінок або дані контент-аналізу достатньо великої кількості офіційних документів органів державної влади та місцевого самоврядування, відповідальних за функціонування соціальної сфери. Вони визначаються один раз і в такому вигляді використовуються повсюдно. Зважаючи на першочерговість фінансового забезпечення соціальної політики, пропорцію W_{PRO} відносно W_{LAB} і W_{CRI} рекомендується зробити більшою. Наприклад, якщо для розрахунку вагових коефіцієнтів використати дані здійсненого нами контент-аналізу, то $W_{PRO} = 0,48$, $W_{LAB} = 0,29$, $W_{CRI} = 0,23$.

Додаток 12

ЛИСТОК УСНОГО ОПИТУВАННЯ

експертів – лідерів громадських організацій Волинської області для з'ясування стану розвитку та потенціалу активних соціально орієнтованих громадських організацій регіону в рамках дисертаційного дослідження аспіранта кафедри країнознавства і міжнародних відносин Волинського державного університету імені Лесі Українки Звонаря В. П. (експерти відібрані методом „снігової кульки”)

I блок питань:

(за підсумками діяльності організацій опитуваних протягом 3 останніх років):

- кількість представників цільової групи організацій опитуваних, які отримали послуги;
- суми затрачених на статутну діяльність коштів із зазначенням конкретних напрямків їх реалізації у форматі „сума – напрямок її реалізації (напр., проект, захід і т.д.)”;
- кількісний опис досягнутих результатів здійснюваних опитуваними проектів чи заходів (напр., к-сть одиниць друкованої продукції, к-сть посаджених дерев, к-сть тренінгів та їх відвідувачів, к-сть реабілітованих чи оздоровлених осіб, к-сть рішень органів влади, ініційованих опитуваними тощо) у форматі: „кількісний показник – проект/захід”;
- якісна оцінка досягнутих результатів (напр., побудовано стійкі партнерські зв'язки...; покращено становище соціальної групи...; здійснено першу спробу...);
- джерела надходжень організацій опитуваних – у такому або подібному форматі:
 - ✓ гранти міжнародних донорських організацій – сума або %;
 - ✓ благодійні внески – сума або %;
 - ✓ членські внески – сума або %;
 - ✓ державна підтримка – сума або %;
 - ✓ всього (сума)
- суб'єктивна оцінка опитуваними внеску волонтерів у статутну діяльність їх організацій (у %);

II блок питань:

- аналіз опитуваними сьогоденних потреб їх організацій;
- оцінка опитуваними загальної дієвості третього сектору в регіоні;
- оцінка опитуваними можливостей впливу їх організацій на розвиток соціальної сфери Волині;
визначення опитуваними найбільш значимих із діючих форм міжсекторного співробітництва у Волинській області.

Додаток 13

Шановні друзі!

Запрошуємо Вас взяти участь у соціологічному опитуванні в рамках проекту „Фонд розвитку громади міста Луцька: ефективний механізм реалізації соціальних програм”, що реалізується у м. Луцьку Асоціацією захисту прав молоді Волині.

Серед завдань, які поставили перед собою виконавці проекту – з’ясування потенціалу, очікувань та мотивів участі бізнес-структур міста Луцька та Волинської області у вирішенні соціальних проблем.

З цією метою було розроблено анкету з запитаннями, які стосуються досвіду благодійної діяльності бізнес-еліти нашого регіону й оцінки перспектив такої діяльності.

Зважаючи на ключову роль місцевих підприємців в соціально-економічному розвитку нашого регіону і міської громади зокрема, маємо за честь звернутися до Вас із проханням ознайомитись і відповісти на запитання цієї анкети.

Заздалегідь просимо вибачення за потрачений Вами дорогоцінний час.

Однак ми свідомі того, що

лише Ваша участь та Ваші достовірні відповіді дадуть нам реальну можливість зробити правильні висновки, намітивши вірний шлях до процвітання нашого краю!

*З повагою та вдячністю,
ініціатори й виконавці Проекту*

Анкета є анонімною!

Отримані дані будуть використані виключно з дослідницькою метою.

АНКЕТА

1) так, я згоден
2) ні, я не згоден

Обрані Вами варіанти відповідей просимо обводити кружечком:

1. На Вашу думку, благодійність це – (вказіть **один** варіант відповіді):
 - 1) добровільна безкорислива допомога нужденним;
 - 2) спонсорство;
 - 3) релігійно-моральна чеснота й необхідність у справі „спасіння душі”;
 - 4) діяльність з метою підтримки малого бізнесу;
 - 5) жебрацтво;
 - 6) інше _____

2. Чи знайоме Вам словосполучення „соціальна відповідальність бізнесу” („корпоративна соціальна відповідальність”)?
 - 1) так, знайоме і зрозуміле;
 - 2) так, знайоме – але незрозуміле;
 - 3) ні, я ніколи не чув і не маю жодного уявлення про це;

3. Чи практикуєте Ви благодійність?
 - 1) так;
 - 2) ні (перейдіть до питання №18);
 - 3) іноді;

4. Яку частку свого прибутку, заощаджень або майна Ви, як правило, витрачаєте на благодійні цілі?
 - 1) менше 2%;
 - 2) 2-5%;
 - 3) більше 5% (за бажанням, вкажіть, скільки саме _____);
 - 4) важко відповісти.

5. Чому Ви здійснюєте благодійні внески (оберіть **не більше трьох** варіантів відповіді)?
 - 1) благодійність приносить мені моральне задоволення;
 - 2) вона полегшує контакти із владою;
 - 3) цього вимагають чиновники;
 - 4) спостерігаю її позитивний вплив на фінансові результати свого підприємства;
 - 5) вбачаю в ній вдалий спосіб популяризації та реклами свого бізнесу;
 - 6) пишаюсь своїм статусом благодійника;
 - 7) розумію необхідність допомоги нужденним;
 - 8) інше _____

6. Як довго Ви займаєтесь благодійною діяльністю?
 - 1) менше року;
 - 2) рік;
 - 3) більше року (уточніть, будь ласка, _____);

7. На які соціальні сфери Ви найчастіше спрямовуєте благодійну допомогу? (вказіть **не більше трьох** варіантів відповіді)?

- 1) освіта;
- 2) соціальний захист;
- 3) охорона здоров'я;
- 4) культура;
- 5) спорт;
- 6) екологія;
- 7) духовність;
- 8) інше _____

8. Кому найперше Ви надаєте благодійну допомогу (вказіть **один** варіант відповіді)?

- 1) фізичним особам;
- 2) державним та муніципальним установам;
- 3) об'єднанням громадян;
- 4) інше _____

9. Які категорії населення найчастіше стають об'єктом Вашої благодійності (вказіть **не більше трьох** варіантів відповіді)?

- 1) діти (особи до 16 років);
- 2) обездолені люди та соціально вразливі верстви (інваліди, хворі, бідні, жебраки, пенсіонери тощо);
- 3) обдаровані люди (мистецтво, наука, спорт);
- 4) мої клієнти;
- 5) працівники мого підприємства;
- 6) інше _____

10. З якими об'єднаннями громадян Ви найчастіше співпрацюєте або найбільше хочете співпрацювати (можете обрати **не більше двох** варіантів відповіді)?

- 1) молодіжні та дитячі громадські організації;
- 2) екологічні громадські організації;
- 3) релігійні організації;
- 4) політичні партії та рухи;
- 5) благодійні організації;
- 6) не співпрацюю взагалі;
- 6) інше _____

11. Яким чином Ви найчастіше допомагаєте об'єднанням громадян (можете обрати **не більше трьох** варіантів відповіді)?

- 1) безповоротною фінансовою допомогою на розвиток організації;
- 2) допомогою на вирішення конкретної соціальної проблеми;
- 3) безповоротною матеріальною допомогою на розвиток організації;
- 4) обміном досвідом, передачею інформації та знань;
- 5) уникаю таких прохачів;
- 6) інше _____

12. Чи був у Вас досвід партнерської співпраці з об'єднаннями громадян як посередниками у справі благодійності?

- 1) так;
- 2) ні (перейдіть до питання № 15)

13. Оцініть, будь ласка, свій досвід партнерської співпраці з об'єднаннями громадян як посередниками у справі благодійності:

- 1) позитивний;
- 2) скоріше позитивний, ніж негативний;
- 3) скоріше негативний, ніж позитивний;
- 4) негативний;
- 5) важко відповісти.

14. Як найчастіше реалізується Ваша благодійність щодо державних або муніципальних установ (вказіть **один** варіант відповіді)?

- 1) пряма добровільна допомога державним (міським) установам (лікарням, інтернатам, притулкам, театрам, школам, дитсадкам);
- 2) підтримка на «прохання» чиновників;
- 3) моє підприємство сплачує податки – цього повинно бути достатньо;
- 4) інше _____

15. Звідки Ви довідуєтесь про „попит на благодійність”

(вказіть **не більше двох варіантів** відповіді)?

- 1) засоби масової інформації;
- 2) власні маркетингові дослідження;
- 3) прохання та запити на мою адресу (адресу мого підприємства);
- 4) інше _____

16. Чим Ви керуєтесь при оцінці ефективності затрачених Вами ресурсів, реалізованих у благодійних акціях (оберіть **один** варіант відповіді)?

- 1) реакцією ЗМІ;
- 2) ступенем вирішення конкретної проблеми;
- 3) обсягом зростання продажу;
- 4) зростанням продуктивності праці моїх найманих працівників (якщо такі є);
- 5) інше _____

17. З Вашого досвіду, благодійна допомога щодо її отримувача реалізується найефективніше за умови (оберіть **не більше двох** варіантів відповіді):

- 1) здійснення мною пожертв “напряму”;
- 2) здійснення пожертв через спеціалізовані державні та міські установи;
- 3) здійснення пожертв за посередництва об'єднання громадян благодійного профілю;
- 4) моєї безпосередньої участі у таких об'єднаннях;
- 5) _____

інше _____

18. Що Вам найбільше заважає займатися благодійністю

(вказіть **не більше трьох** варіантів відповіді)?

- 1) корумпованість влади;
- 2) недосконале законодавство;
- 3) безініціативність більшості громадян;
- 4) непрофесійність причетних до розподілу моєї допомоги;
- 5) безвідповідальність причетних до розподілу моєї допомоги;
- 6) тиск і примус до благодійності з боку влади;
- 7) незадовільний фінансовий стан мого підприємства;
- 8) відсутність гарантії цільового використання моєї допомоги;
- 9) інше _____

19. Ваша думка щодо розвитку благодійності в м. Луцьку й на Волині (вказіть **один** варіант відповіді)?

- 1) це добра справа, за нею майбутнє;
- 2) це добра справа, але бракує масовості;
- 3) на місцевому рівні благодійність має більше перспектив;
- 4) це невдала ідея, бо провокує фінансово-економічні злочини;
- 5) це невдала ідея, бо соціальні проблеми – компетенція держава;
- 6) це взагалі абсолютна утопія;
- 7) інше _____

20. Ваше ставлення до ідеї об'єднання зусиль бізнесу, громадськості та влади для покращення соціального обличчя обласного центру і створення на цій основі Фонду розвитку міста Луцька:

- 1) позитивне;
- 2) скоріше позитивне, ніж негативне;
- 3) скоріше негативне, ніж позитивне;
- 4) негативне;
- 5) важко відповісти.

21. Чи хотіли би Ви і як хотіли би Ви долучитися до діяльності Фонду розвитку міста Луцька – об'єднання представників бізнесу, влади та громадськості з метою розвитку благодійності (можете обрати кілька варіантів відповіді)?

- 1) так, я хочу бути обраним до керівних органів Фонду;
- 2) так, як міг би направляти звернення та листи про допомогу на адресу Фонду;
- 3) так, я можу підтримувати заходи та проекти Фонду час від часу;
- 4) так, я готовий звертатись до Фонду з пропозиціями реалізувати благодійні акції;
- 5) ні, мені це не цікаво;
- 6) важко відповісти;
- 7) інше _____

22. Які, на Ваш погляд, проблеми обласного центру та області потребують негайного вирішення за Вашої можливої участі (вказіть **не більше п'яти** варіантів відповіді):

- 1) бідність і низька якість життя населення;
- 2) сирітство і бездомні діти;
- 3) стан галузі охорони здоров'я;
- 4) злочинність і криміногенна обстановка;
- 5) забрудненість повітря, води, ґрунту – екологічні проблеми;
- 6) виховання дітей та підлітків;
- 7) якість освіти (у т.ч. шкільної);
- 8) недостатня підтримка молодих сімей;
- 9) безробіття і закордонне заробітчанство;
- 10) поширення наркоманії і алкоголізму;
- 11) недостатня підтримка здорового способу життя, фізкультури і спорту;
- 12) недостатня увага до об'єктів культури, пам'ятників історії й архітектури;
- 13) поширення ВІЛ-інфекції і СНІДу;
- 14) соціальний захист пенсіонерів та інвалідів;
- 15) благоустрій міста;
- 16) недостатня увага до потреб культури й мистецтва;
- 17) недостатня підтримка молодіжного підприємництва;
- 18) наслідки Чорнобильської катастрофи;
- 19) житлові проблеми працюючої молоді;
- 20) інше _____

Деякі Ваші особисті дані:

1. Вкажіть, будь ласка, свій вік:
 - 1) менше 25 років;
 - 2) 26-35 років;
 - 3) 36-45 років;
 - 4) 46-55 років;
 - 5) понад 55 років.

2. Ваша стать:
 - 1) чоловік;
 - 2) жінка.

3. Ваш сімейний стан:
 - 1) одружений (-на);
 - 2) неодружений (-на);
 - 3) розлучений (-на)

4. Чи є у Вас діти:
 - 1) так, є;
 - 2) ні, немає

5. За релігійними переконаннями Ви:
 - 1) переконана віруюча людина;
 - 2) скоріше віруючий, ніж віруючий;
 - 3) скоріше невіруючий, ніж невіруючий;
 - 4) переконана невіруюча людина.

6. Як суб'єкт господарювання Ви належите до:
 - 1) фізичних осіб;
 - 2) юридичних осіб.

7. Якщо Ви як суб'єкт господарювання належите до юридичних осіб, то свою діяльність Ви зараховуєте до:
 - 1) малого бізнесу;
 - 2) середнього бізнесу;
 - 3) великого бізнесу.

8. Галуззю спеціалізації Вашого бізнесу вважається:
 - 1) промисловість;
 - 2) сільське господарство;
 - 3) транспорт;
 - 4) торгівля;
 - 5) будівництво;
 - 6) фінансові послуги;
 - 7) інші послуги;
 - 8) інше _____

Щиро дякуємо за співпрацю!!!

ПІДСУМКОВИЙ ЗВІТ
про результати експертного опитування
„Бізнес і благодійність на Волині: мотиви, потенціал, очікування”
в рамках проекту „Фонд розвитку громади міста Луцька: ефективний
механізм реалізації соціальних програм”
МГО „Асоціація захисту прав молоді Волині”

У рамках проекту „Фонд розвитку громади міста Луцька: ефективний механізм реалізації соціальних програм”, що реалізується у м. Луцьку, у квітні-травні 2006 року зусиллями Асоціації захисту прав молоді Волині було проведено соціологічне опитування щодо потенціалу, очікувань і мотивів участі бізнес-структур м. Луцька і Волинської області у вирішенні соціальних проблем громади обласного центру та регіону в цілому.

Об’єкт дослідження: 59 респондентів – керівників вищої та середньої ланки приватних і приватно-акціонерних підприємств, а також фізичних осіб-підприємців.

Предмет дослідження: експертна оцінка респондентами благодійності як явища і процесу.

Мета дослідження: отримання кількісних і атрибутивних даних, які є підставою для узагальненої характеристики стану й розвитку благодійності у Волинському регіоні – з визначенням відповідних закономірностей.

Завдання дослідження:

- 1) ідентифікація ступеня усвідомлення опитуваними сутності філантропії;
- 2) з’ясування практичних аспектів благодійної діяльності у регіоні на основі набутих опитуваними навичок і досвіду;
- 3) оцінка перспектив розвитку благодійності у регіоні;
- 4) оцінка благочинного потенціалу і благодійних пріоритетів локального бізнесу.

Методи та етапи дослідження:

- 1) первинне статистичне спостереження у формі письмового опитування; анкета містила 22 запитання напівзакритого і 1 запитання відкритого типу – для викладення респондентами своїх міркувань та побажань; питання стосувались адекватності розуміння феномену благодійності, досвіду благодійної діяльності бізнес-еліти нашого регіону й оцінки перспектив такої діяльності; переважна більшість запитань анкети передбачали можливість обрання респондентом кількох варіантів відповіді, тому сума відсотків відповідей респондентів на ці запитання не дорівнює 100; водночас ряд запитань у анкеті виключали альтернативу, вимагаючи однозначної відповіді респондента – сума відсотків таких відповідей математично коректна.
- 2) статистичне зведення з застосуванням Microsoft Excel 2002;
- 3) структурний аналіз отриманого табличного і графічного матеріалу; узагальнення даних.

Опитування по суті є експертним, тому підрахунок випадкової похибки не вівся. Контингент опитуваних охоплює: за віком – переважно осіб 26-55 років; за статтю – 58% чоловіків і відповідно 42% жінок; за релігійними переконаннями – переважно віруючих осіб; за способом організації суб'єкта господарювання – 56% фізичних осіб і 44% власників та найманих працівників юридичних осіб, галуззю спеціалізації яких є в основному торгівля і промисловість.

Запитання №1-3 та №18-23 анкети залучали до опитування як респондентів із досвідом та досягненнями у сфері благодійності, так і респондентів без будь-якої практики у даній сфері – для досягнення завдання №1, №3 та №4 даного дослідження. Тоді як запитання №4-17 передбачали участь лише філантропів-практиків і були включені в анкету для досягнення завдання №2.

Консультанти:

- 1) Волинський обласний центр соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді –
в особі директора Радчука В. М.;
- 2) кафедра державних фінансів Волинського державного університету ім. Лесі Українки – в особі д.е.н., проф., Карліна М. І.

РЕЗУЛЬТАТИ АНКЕТУВАННЯ ЗАСВІДЧИЛИ:

1-2. Благодійність абсолютною більшістю ділової еліти (75%) сприймається цілком адекватно – “добровільна безкорислива допомога нужденним” (рис. 1). Майже для 19% респондентів благодійність асоціюється зі спонсорством, підтримкою інвестиційних та інших проектів, що не суперечить попередньому формулюванню в цілому. Проте така порівняно мала кількість відповідей із варіантом про „спонсорство” видається дещо дивною у контексті того, що аж 46% опитаних знають про концепцію корпоративної соціальної відповідальності і усвідомлюють її практичне значення (рис. 2).

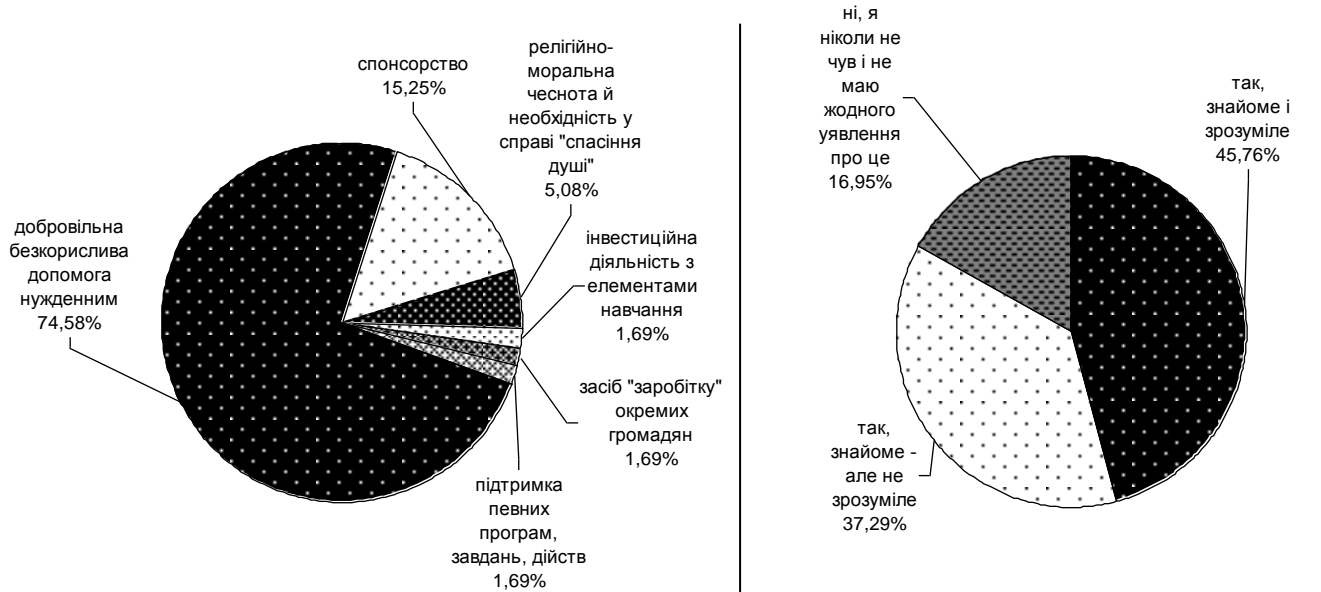


Рис. 1. На Вашу думку, благодійність це:

Рис. 2. Чи знайоме Вам словосполучення „соціальна відповідальність бізнесу” („корпоративна соціальна відповідальність”)?

Так само дещо суперечливими є дані рис. 1 щодо 5% респондентів, які вважають благодійність „необхідністю у справі спасіння душі”, особливо, якщо взяти до уваги те, що майже 40% респондентів позиціонує себе переконаними віруючими людьми.

Зважаючи на сьогоденний кризовий стан у державі загалом і в економіці зокрема, зрозумілим видається сарказм 1,69% опитаних, які схильні вбачати в благодійності спосіб нелегального заробітку деяких громадян (рис.1).

3. Благодійність практикує більше половини опитаних (54%), у тому числі 39% роблять це постійно – саме вони можуть становити основу для діяльності створеного в рамках проекту Фонду місцевого розвитку. Зважаючи на значний відсоток тих, що не мають досвіду благодійної діяльності, а також тих, для кого благодійність не має ознак системної діяльності, слід розгорнути широку просвітницьку роботу й активізувати зусилля трисекторного партнерства щодо підтримки соціальних ініціатив бізнесу.

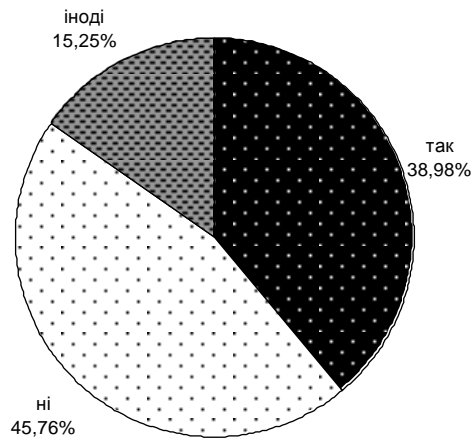


Рис. 3. Чи практикуєте Ви благодійність?

Із числа тих, що практикують благодійність, більшість (47%) на благодійні цілі спрямовує менше 2% свого прибутку, заощаджень або майна. І лише ¼ опитаних витрачає на благодійність понад 2%. Вказаний факт не узгоджується з вітчизняним законодавством щодо податкових преференцій, які надаються благодійникові у разі, якщо його внесок становить 2-5% прибутку, заощаджень або майна. Це свідчить про те, що волинські благодійники не розраховують на пільги з боку держави.

Цікаво, що верхня межа законодавчої норми суворо дотримується – жоден респондент не витрачає на благодійність більше 5%. Значним виявився також процент тих, кому з різних причин було важко підрахувати свої благодійні витрати (майже 30%).

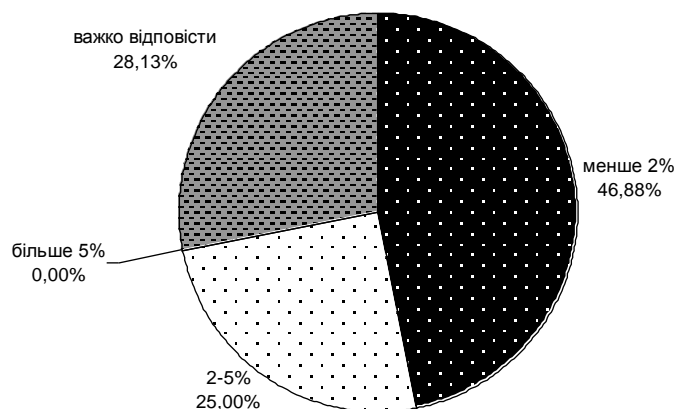


Рис. 4. Яку частку свого прибутку, заощаджень або майна Ви, як правило, витрачаєте на благодійні цілі?

5. Серед мотивів здійснення благодійних внесків місцевим бізнесом переважає розуміння необхідності допомоги нужденним (91% варіантів відповіді) та морально-гедоністичні аспекти (53%) (рис.5), що узгоджується з адекватним сприйняттям благодійності як добровільної безкорисливої допомоги (рис.1). Більш, ніж 31% відповідей – на користь можливості покращення фінансового стану підприємства-благодійника та його реклами, що підтверджує усвідомлення респондентом вигоди корпоративної соціальної відповідальності.

Натомість значним, згідно рис. 5, є відсоток відповідей тих, хто шукає у благодійності спосіб поліпшення стосунків із владою (9,4%), у тому числі 3% відповідей про примус до благодійності з боку державних чиновників.

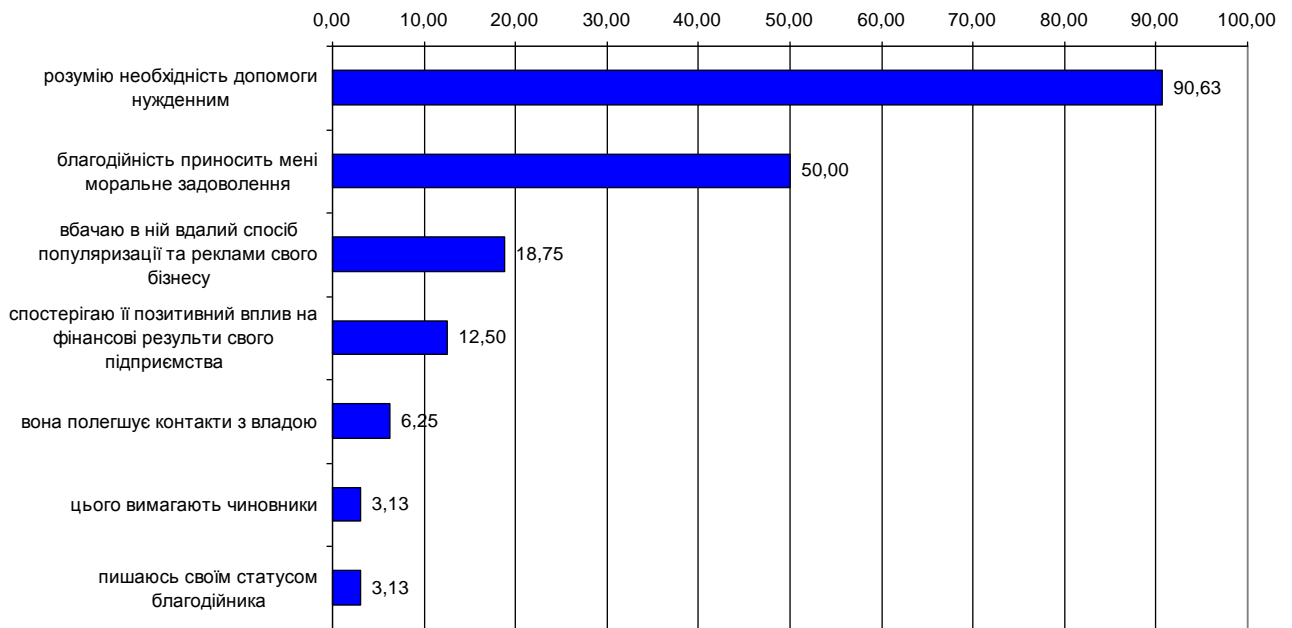


Рис. 5. Чому Ви здійснюєте благодійні внески

6. Досвід благодійної діяльності в абсолютній більшості респондентів-благодійників (91%) налічує 1 рік і більше. Причому тих, у кого цей досвід тривалий (понад 1 рік) – аж 78%. Траплялися відповіді, де респонденти зазначали 5, 10 і навіть 20 років свого благодійного „стажу”. Великим є відсоток тих, хто обрав варіант „більше року”, не зазначивши конкретної тривалості такого „стажу”.

Застосування формули середньої зваженої до варіантів уточнених відповідей дало змогу визначити середню кількість часу, на протязі якого підприємці м. Луцька здійснюють благодійні внески. Вона становить 5,6 року. Крім того, ототожнення, в порядку припущення, не уточнених даних із сукупності „більше року” з найменшою тривалістю (1,5 року), і наступні відповідні розрахунки дозволяють зробити висновок про те, що середня тривалість благодійної діяльності представників ділової еліти регіону є однозначно не більшою, ніж 5 років. Це – відносно значний період, що свідчить про справжність намірів, зацікавленість і можливість бізнес-сектору сприяти соціальному розвитку регіону, а також про досягнення ним деякої еволюційної точки, за якою позитивним стає сприйняття новацій соціального типу, таких як програми корпоративної соціальної відповідальності, а також інших форм міжсекторного партнерства.

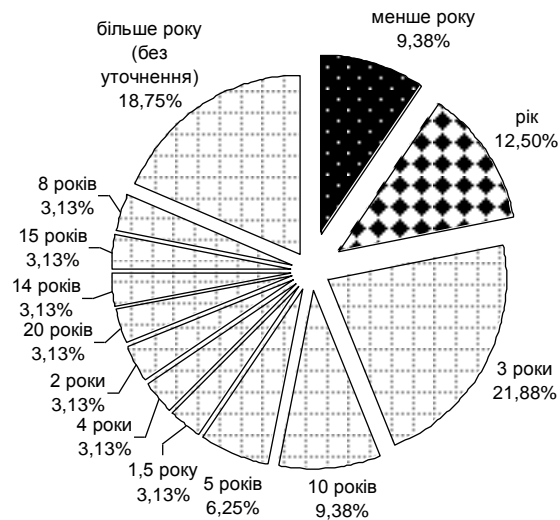


Рис. 6. Як довго Ви займаєтесь благодійною діяльністю?

7. Результати анкетування дали змогу проранжувати елементи соціальної сфери за частотою здійснення благодійних внесків підприємцями-філантропами. Своєрідний рейтинг цих елементів зображено на рис. 7. Указаний тренд слід взяти до уваги усім потенційним „прохачам” благодійних ресурсів, оскільки він відображає благодійні пріоритети меценатів.

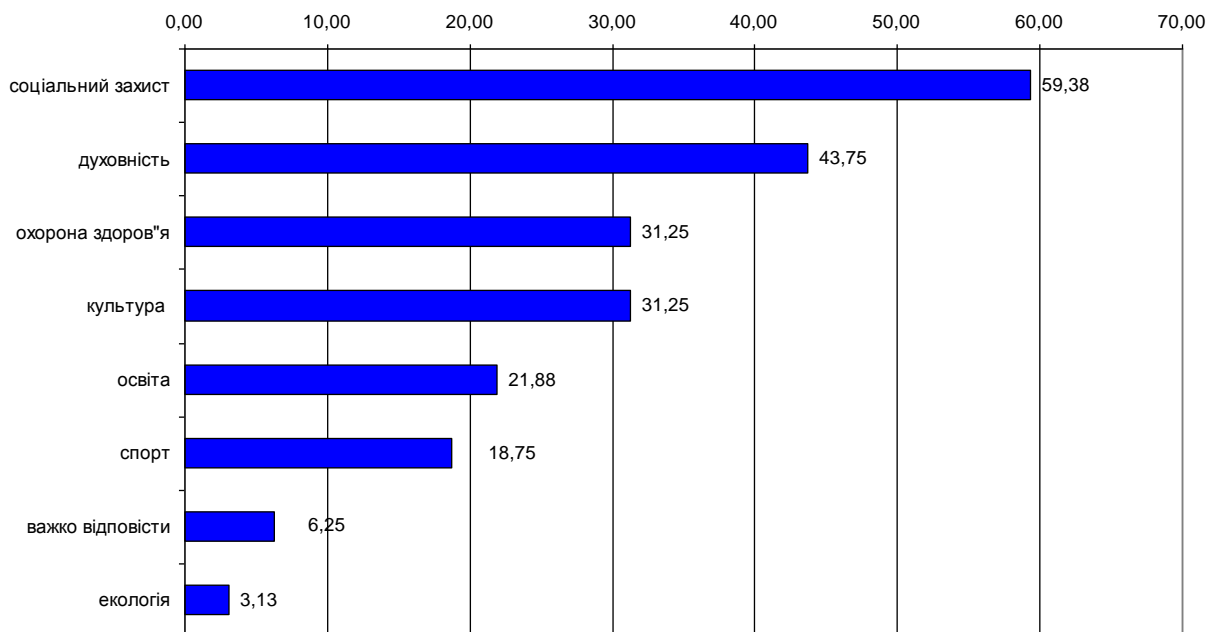


Рис. 7. На які соціальні сфери Ви найчастіше спрямовуєте благодійну допомогу?

8. Найчастіше благодійна допомога надається фізичним особам (66%), значно рідше – об'єднанням громадян (19%) і ще рідше – державним і міським установам (16%), що демонструє низький рівень довіри бізнесу до посередників у справі благодійності й до складно (бюрократично) організованих „прохачів” в цілому.

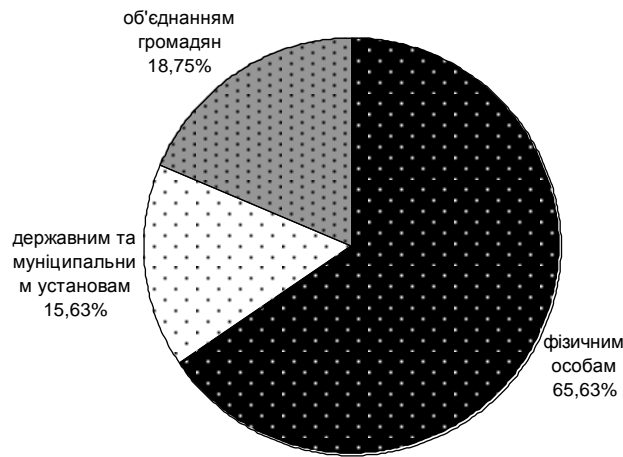


Рис. 8. Кому найперше Ви надаєте благодійну допомогу?

9. Щодо приватних осіб, які найчастіше стають об'єктом благодійності, то очевидно, що волинський благодійник найчастіше допомагає соціально вразливим особам та дітям. Водночас орієнтація благодійних потоків на клієнтську базу та найманих працівників благодійника, що разом становлять 50% відповідей респондентів підтверджує усвідомлення бізнесом потенціалу корпоративної соціальної відповідальності.

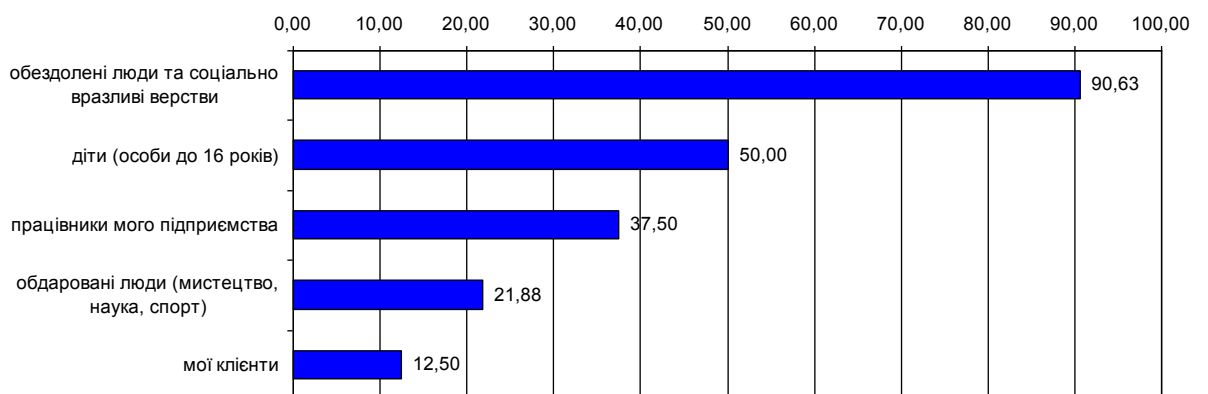


Рис. 9. Які категорії населення найчастіше стають об'єктом Вашої благодійності ?

10. Із числа об'єднань громадян благодійними пріоритетами бізнесу найчастіше стають молодіжні й дитячі та благодійні організації (по 53%), релігійні організації (31%). Це можна пояснити порівняно високою функціональною активністю вказаних видів об'єднань громадян, а також їх великою питомою вагою в сукупності громадських утворень на Волині й через те – їх відомістю і популярністю. Знаково, що найменше бізнес цікавлять політичні партії (6%). Екологічні громадські організації також рідко стають пріоритетом благодійної діяльності комерційного сектора (9,3%).

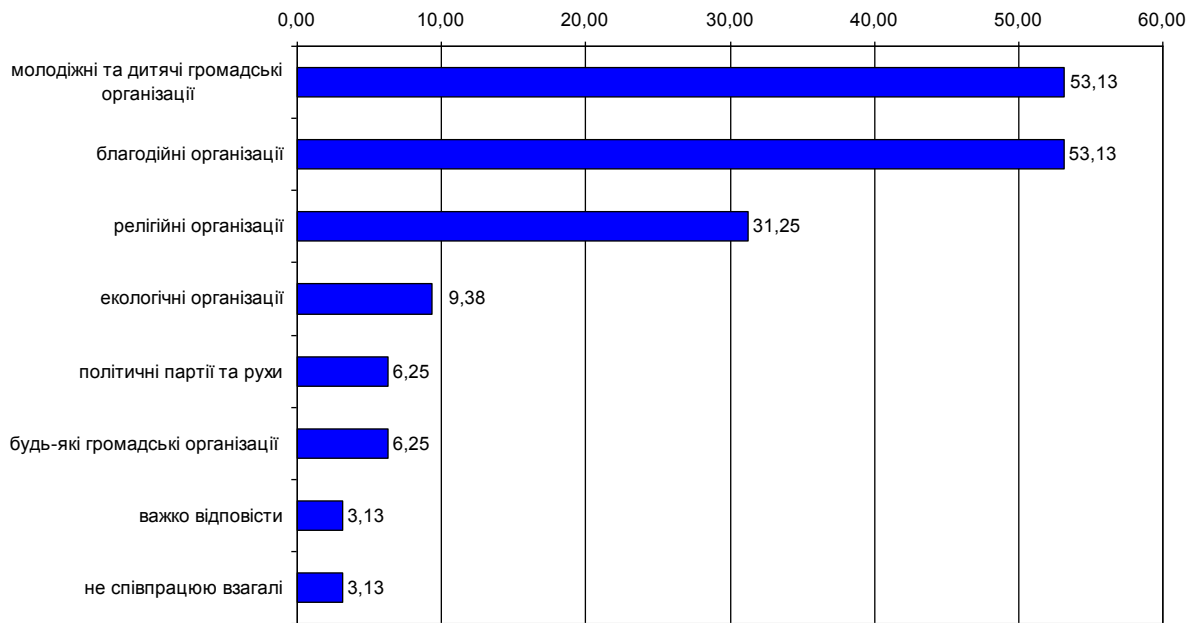
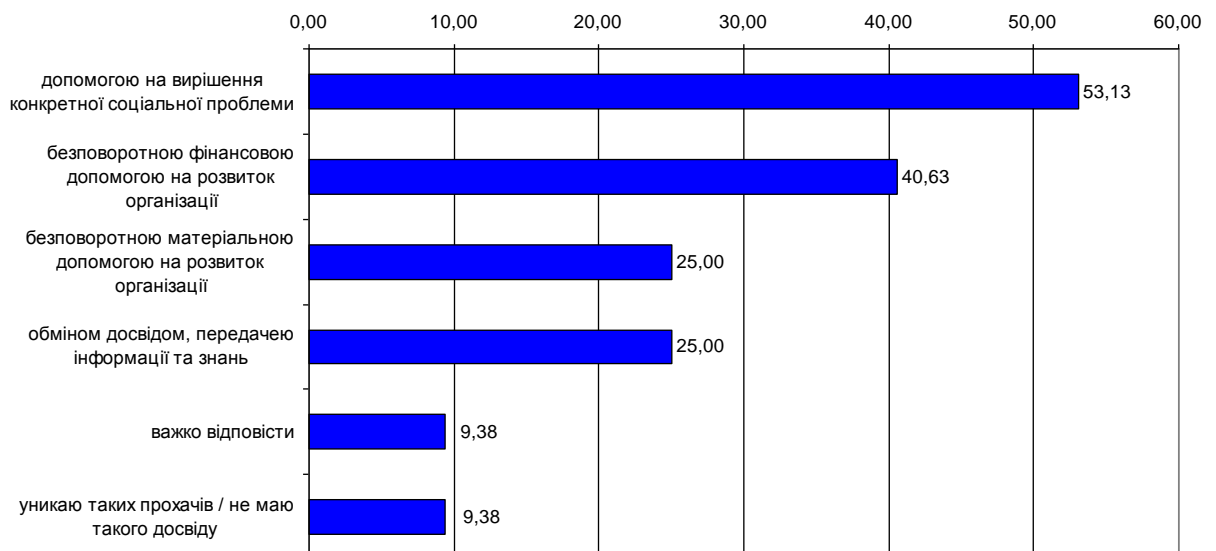


Рис. 10. З якими об'єднаннями громадян Ви найчастіше співпрацюєте або найбільше хочете співпрацювати ?

11. Найбільш розповсюдженою формою допомоги об'єднанням громадян бізнес визначив цільові внески (на вирішення конкретної проблеми, виконання конкретної програми) – 53%. Ця допомога найчастіше носить грошово-фінансовий характер (41%) і меншою мірою матеріальний (25%), що видається зрозумілим через зручність фінансових розрахунків, а також свідчить про достатню ліквідність ділової активності у регіоні.

Знаково, що 25% відповідей опитаних актуалізують такий спосіб допомоги громадським організаціям як обмін досвідом, передача інформації та знань, що демонструє деякий потенціал для розвитку в регіоні кооперації у форматі „бізнес – громадські організації”.

Сумно, що більш, ніж 9% відповідей обрали ті, хто уникає співпраці з об'єднаннями громадян.



11. Яким чином Ви найчастіше допомагаєте об'єднанням громадян ?

12-13. Окремо респондентам було запропоновано відповісти на запитання про досвід *партнерської* співпраці з об'єднаннями громадян як посередниками у справі благодійності. Його результати підтверджують тезу про низьку довіру бізнесу до посередницької участі в його благодійних починаннях, оскільки майже в 60% опитаних такого досвіду не було (рис. 12). Разом з тим серед тих, хто має досвід благогенеруючого партнерства з громадськими інституціями, 69% оцінюють його як в цілому позитивний (рис. 13). Значним є відсоток тих, кому було важко оцінити однозначно свій досвід партнерської співпраці з об'єднаннями громадян (15%). Неабиякий оптимізм вселяє відсутність однозначності негативної оцінки. В цілому встановлений факт – на користь діючих на Волині соціально орієнтованих громадських організацій та їх ініціатив.

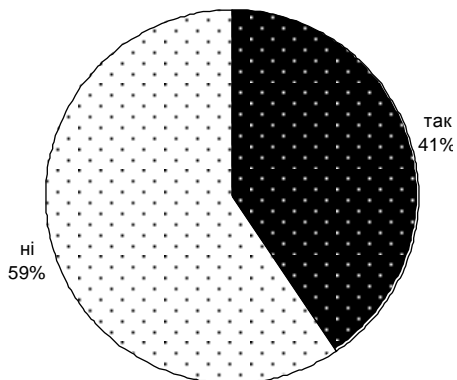


Рис. 12. Чи був у Вас досвід партнерської співпраці з об'єднаннями громадян як посередниками у справі благодійності?

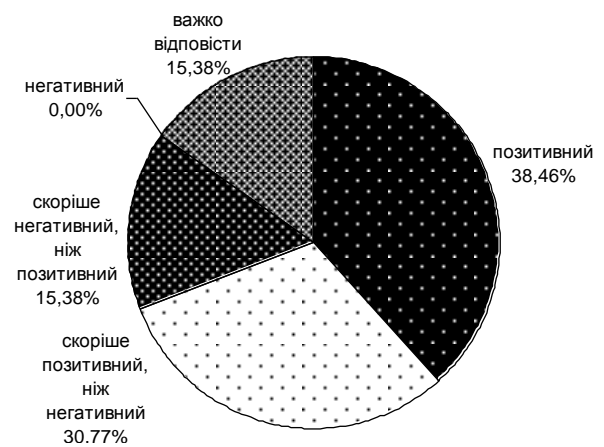


Рис. 13. Оцініть, будь ласка, свій досвід партнерської співпраці з об'єднаннями громадян як посередниками у справі благодійності

14. Зважаючи на попередні міркування, загалом очікуваним був той результат, що благодійність місцевого бізнесу щодо державних та міських установ реалізується переважно через пряму добровільну допомогу (53%). Так само зрозумілим є й те, що відповіді зафіксували значну частину байдужих до державних та міських установ (31%). Слід окремо вказати: свої благодійні внески для державних та міських установ 9,4% респондентів визначають як добровільно-примусові (рис. 14). Останнє чудово кореспондує з результатами щодо мотиву благодійної діяльності як способу поліпшення стосунків із владою (рис. 5).

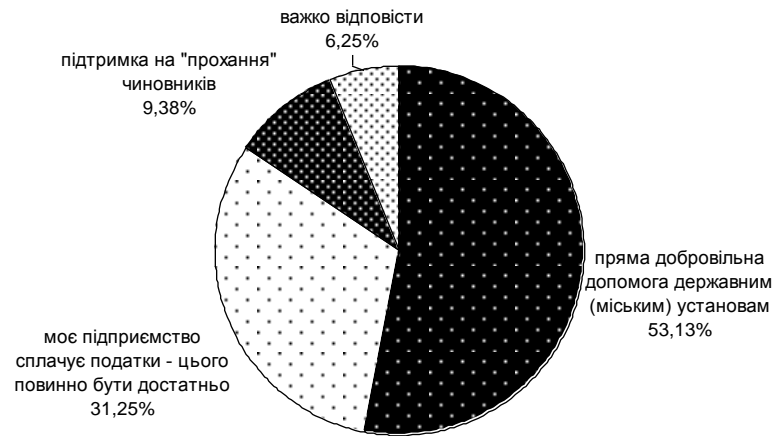


Рис. 14. Як найчастіше реалізується Ваша благодійність щодо державних або муніципальних установ?

15. Про ті чи інші соціальні потреби, які вимагають фінансової чи матеріальної участі бізнесу, останній довідується переважно через адресні прохання і запити (88%) та засоби масової інформації (28%). Зазначене, з одного боку, служить додатковим поясненням переважно цільового характеру благодійних внесків (вони є відповіддю на цільові запити), а з другого – робить необхідним, з метою забезпечення дієвості й підвищення ефективності міжсекторного партнерства в регіоні, залучати до цього партнерства регіональні мас-медіа.

Примітно, що досить малим є відсоток відповідей (9,4%) про власні маркетингові дослідження підприємств як про джерело інформації щодо „попиту” на благодійність (рис. 15), що у цьому випадку слабко кореспондує з даними про порівняно чітке усвідомлення бізнесом переваг корпоративної соціальної відповідальності.

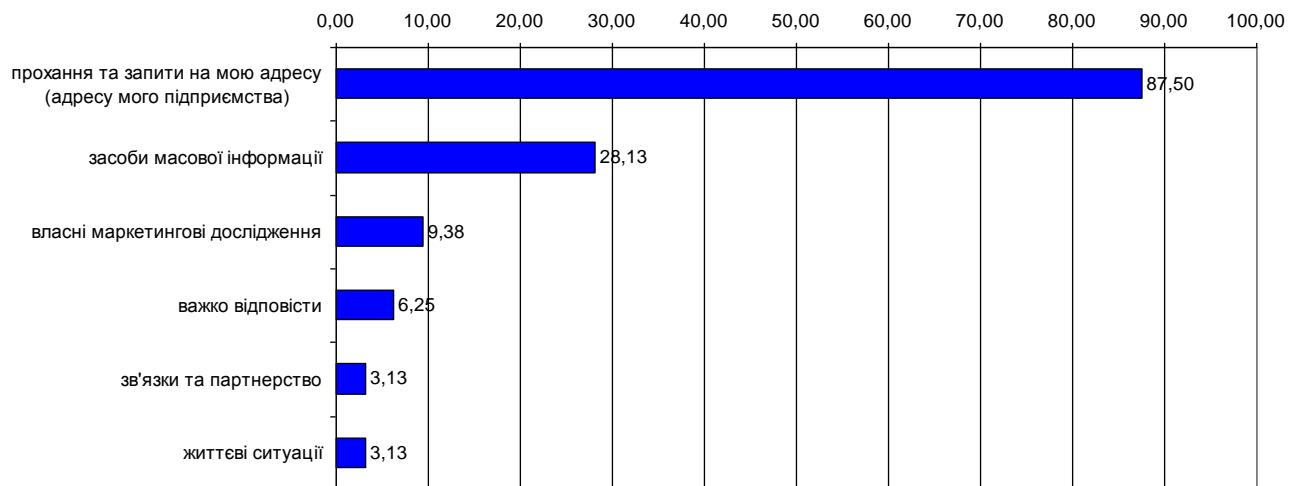


Рис. 15. Звідки Ви довідуєтесь про „попит на благодійність” (у %)?

16. Основним критерієм ефективності затрачених на благодійність ресурсів більшість респондентів вважає ступінь вирішення конкретної проблеми (47%) (рис. 16), що узгоджується з отриманим даним щодо головного спонукального мотиву благодійної діяльності – розуміння допомоги

нужденним – і щодо цільового характеру здійснюваних внесків (рис. 5 і рис. 11 відповідно).

Відгук ЗМІ, показники оборотності активу та продуктивності праці найманих працівників як оціночні критерії загалом актуальні для 34% респондентів (рис. 16). Це добре кореспондує з 31% відповідей про можливість покращення фінансового стану підприємства та його реклами як важливих мотивів благодійництва (рис. 5). Таким чином, розуміння бізнесом переваг корпоративної соціальної відповідальності все-таки присутнє, проте, судячи з попередніх міркувань, компетенція та інші ресурси місцевих благодійників є недостатніми для самостійної організації ними корпоративних благодійних програм, орієнтованих на отримання стійких маркетингових переваг у майбутньому.

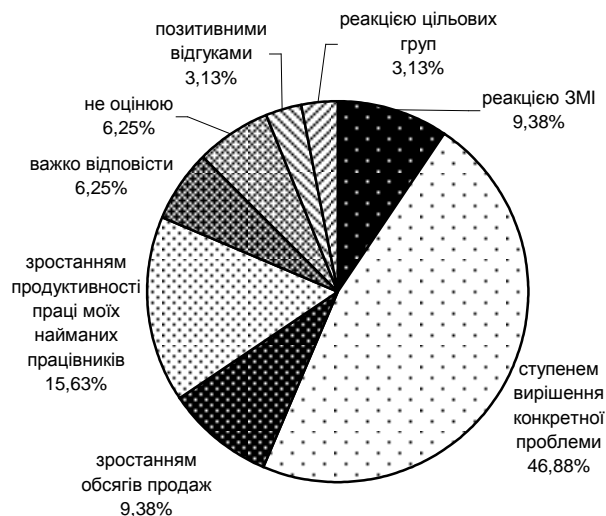


Рис. 16. Чим Ви керуєтесь при оцінці ефективності затрачених Вами ресурсів, реалізованих у благодійних акціях?

17. Ще одним аргументом до тези про вкрай обережне ставлення бізнесу до посередницької участі громадських і державних установ у справі благодійності є 88% відповідей респондентів про те, що благодійна допомога щодо її отримувача реалізується найефективніше за умови здійснення меценатом пожертв напряму. Про довіру до громадських благодійних організацій свідчать в сумі лише 25% відповідей респондентів, причому половина з тих, хто обрав цей варіант відповіді, згодні робити це за умови своєї безпосередньої участі (контрольної чи адміністративної) у таких організаціях. Отримані дані також свідчать про найменшу довіру бізнесу до державних і муніципальних благодійних установ (менше 10%).

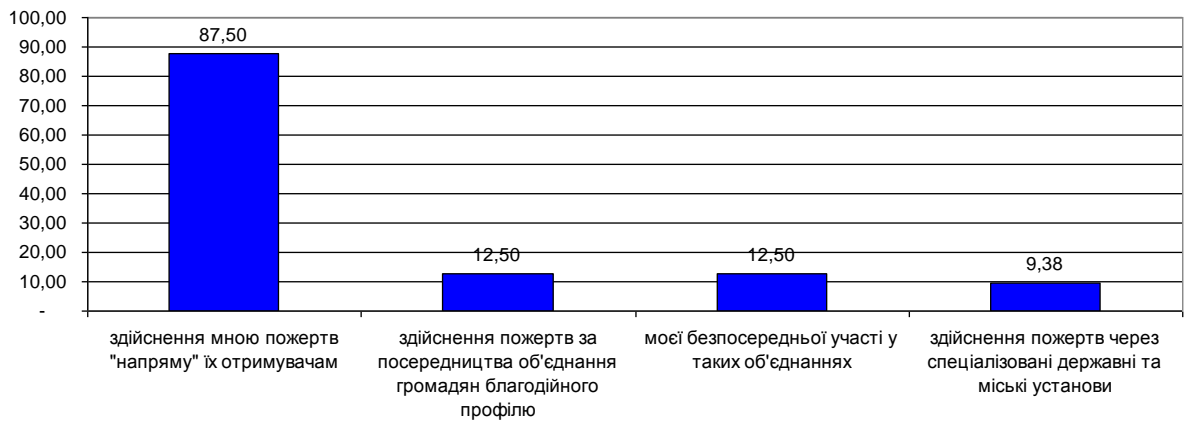


Рис. 17. З Вашого досвіду, благодійна допомога по відношенню до її отримувача реалізується найефективніше за умови: (у %)

18. Таке доволі скептичне сприйняття бізнесом інституту професійного посередництва у благодійній діяльності зумовлене, зокрема побоюванням щодо правильного використання наданих благодійних ресурсів. На це, згідно рис. 18, безапеляційно вказує те, що, окреслюючи фактори стримування благодійної ініціативи, респонденти найчастіше зазначали відсутність гарантії цільового використання допомоги (50%). Поряд із цим на непрофесійність та халатність установ-посередників вказують в сумі тільки 10% відповідей. Останнє, в свою чергу, зважаючи на великий сумнів підприємців в адресності використання благодійних ресурсів, є дещо суперечливим.

Серед стримуючих факторів значний відсоток належить занепокоєності фінансовим станом потенційного благодійника (42%), а також недосконалістю вітчизняного законодавства (27%). Радує те, що громадська безініціативність ідентифікується тільки у 12% відповідей.

Зате корупційність влади як недолік зазначалася у 8,5% відповідей, що вдало кореспондує як із даними про мотив поліпшення стосунків із владою через благодійні дії (рис. 5), так і з відповідями про добровільно-примусовий характер благодійності щодо державних та муніципальних об'єктів (рис. 14). Знаково, що тиск і примус до благодійності з боку чиновників як чинник стримування благодійних намірів фігурує в 3,4% відповідей (рис. 18), що в цілому узгоджується з попередніми відповідями про небажану зовнішню адміністративну стимуляцію респондентів (рис. 5).

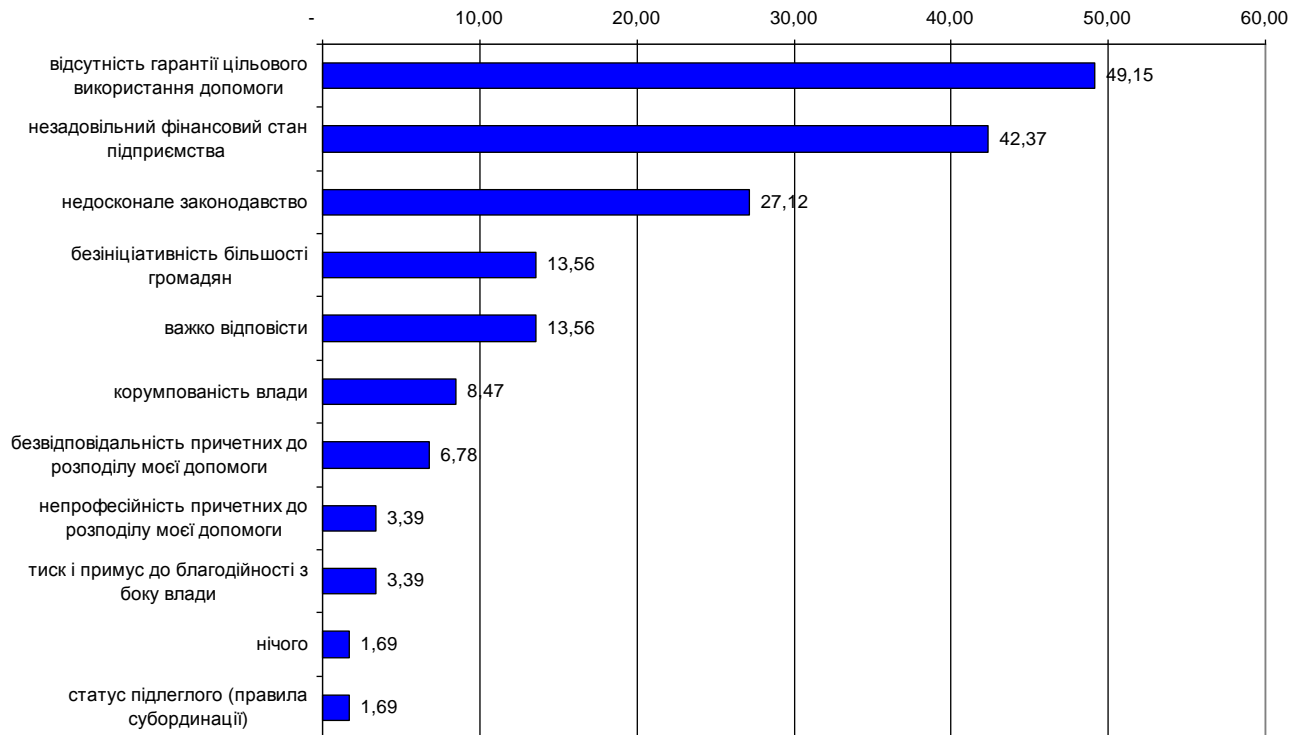


Рис. 18. Що Вам найбільше заважає займатися благодійністю (у%)?

19. Висловлюючи свою думку про розвиток благодійності у м. Луцьку та у Волинській області, в сумі 78% вважає, що благодійна діяльність в регіоні є доброю й перспективною справою, у тому числі 42% застерігає, що, попри благородність, цій ідеї бракує масовості, 5% зазначає, що благодійність має перспективу тільки на місцевому рівні, інші 5% вказують на брак чесних людей, здібних організаторів, а також на дефіцит інформації.

Значний відсоток тих, хто вважає, що соціальними проблемами повинна опікуватись лише держава (17%) – відлуння радянської патерналістської моделі всебічного державного соціального захисту, яка у свою чергу зумовлювала обмеження громадської ініціативи. На нашу думку, останнє зумовлено ментальною інерцією 17% опитаних, чий вік перевищує 45 років.

Вселяє оптимізм те, що утопією і провокацією фінансово-економічних злочинів благодійність називають разом лише 5% респондентів, що, однак, повинно насторожити всіх, хто причетний до місцевої філантропії.

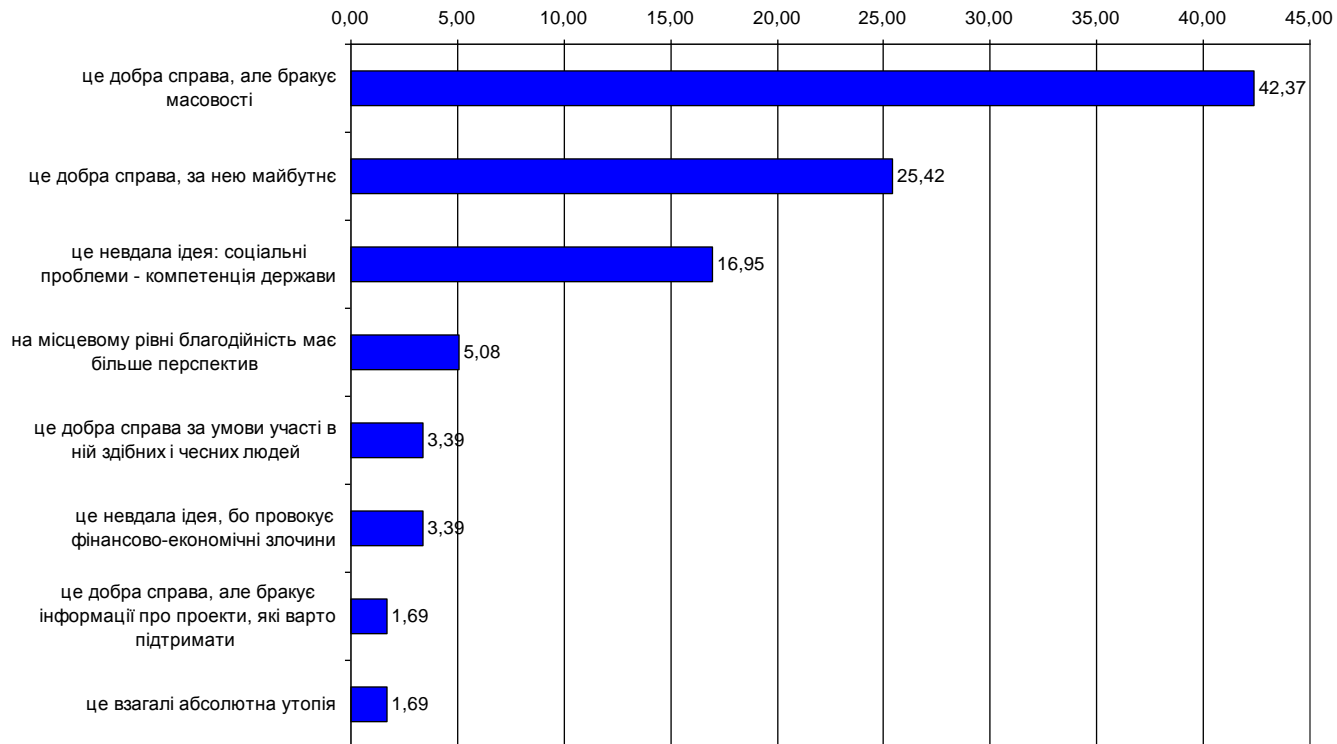


Рис. 19. Ваша думка щодо розвитку благодійності в м. Луцьку й на Волині (у %)?

20. Зважаючи на попередні дані, цілком очікуваними були результати щодо ставлення до ідеї об'єднання зусиль бізнесу, громадськості та влади для покращення соціального обличчя міста Луцька – у 78% опитаних воно в цілому позитивне, причому вражає абсолютне позитивне ставлення аж 42% респондентів. Трохи більше 22% опитаних висловили свій сумнів і негативне ставлення до ідеї об'єднання зусиль бізнесу, громадськості та влади для покращення соціального обличчя міста (рис. 20), що добре кореспондує з відповідями від 22% тих респондентів (в сумі), які схильні вважати ідею розвитку благодійності в регіоні невдалою (рис. 19).

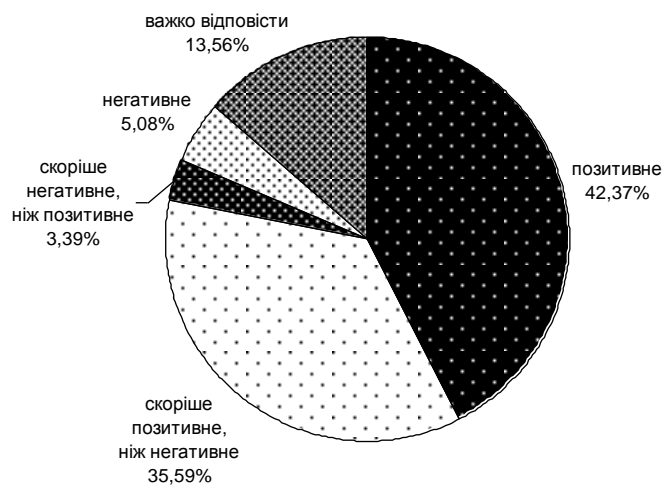


Рис. 20. Ваше ставлення до ідеї об'єднання зусиль бізнесу, громадськості та влади для покращення соціального обличчя обласного центру і створення на цій основі Фонду розвитку міста Луцька?

21. Очевидно, що великий відсоток позитивно налаштованих спровокував досить високу готовність (в сумі 59% відповідей) долучитися до діяльності новоствореного Фонду місцевого розвитку. Примітно, що 34% відповідей засвідчили готовність респондентів вже зараз підтримувати проекти і заходи Фонду час від часу (примітно через те, що Фонд як організаційно сформована установа функціонує лише 1 місяць). Так само цікаво, що 3,4% відповідей надійшло від охочих перебувати у складі керівних органів Фонду. Понад 5% відповідей вказали на готовність співробітничати з Фондом, але без грошово-матеріальної участі – через фінансову скруту. На цій основі, можна зробити припущення, що незадовільний фінансово-економічний стан потенційного благодійника, актуалізований у попередніх запитаннях (рис. 18), є вагомим, але не визначальним фактором обмеження благодійних ініціатив.

Знаковим також є те, що 22% відповідей засвідчили абсолютну незацікавленість діяльністю Фонду, що добре кореспондують із даними про сумнів і негативне ставлення до ідеї інтеграції зусиль трисекторного партнерства в напрямку покращення соціального „клімату” в місті Луцьку (рис. 20).

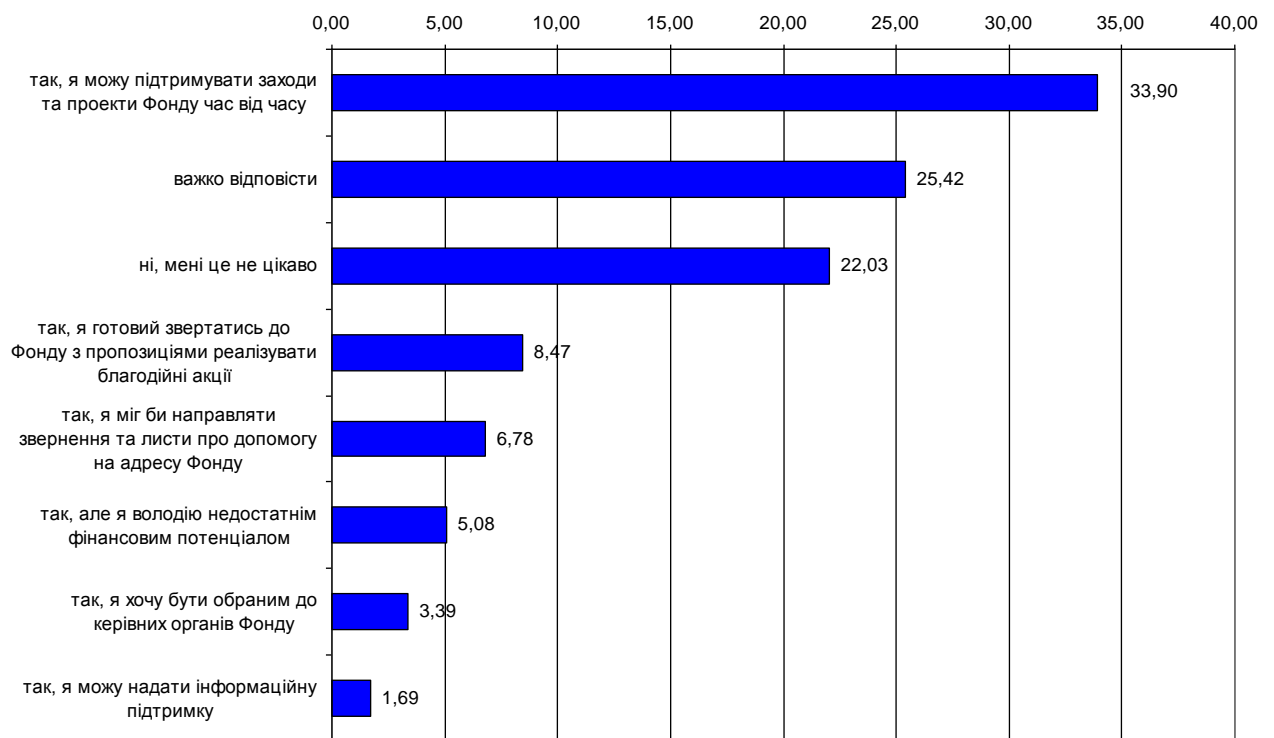


Рис. 21. Чи хотіли би Ви і як хотіли би Ви долучитися до діяльності Фонду розвитку міста Луцька - об'єднання представників бізнесу, громадськості та влади з метою розвитку благодійності (у %)?

22. Одним із найцікавіших запитань анкети стала ідентифікація найбільш нагальних соціальних проблем обласного центру та області, що потребують негайного вирішення за можливої участі респондента. Опитуваним було запропоновано обрати не більше п'яти варіантів відповідей із переліку цих проблем (рис. 22). Указаний перелік – перелік бажаних напрямків благодійних потоків – доповнює дані щодо найбільш фінансованих фактично елементів

соціальної сфери (рис. 7), оскільки включає відповіді не тільки філантропів-практиків, але й потенційних благодійників.



Рис. 22. Які, на Ваш погляд, проблеми обласного центру та області потребують негайного вирішення за Вашої можливої участі (у %)?

З метою отримання більш повного уявлення про благодійні пріоритети ділової еліти нами було здійснене порівняння напрямків благодійної діяльності, зазначених у запитаннях №22 і №7 за ступенем пріоритетності. Для наочного порівняння визначені респондентами соціальні проблеми у запитанні №22 було згруповано у категорії, запропоновані до вибору у запитанні №7 (із одночасним сумуванням відповідних відсотків відповідей). До категорії соціального захисту логічно було віднесено проблеми сирітства і бездомних дітей, бідності й низької якості життя населення, недостатньої підтримки молодих сімей, соціального захисту пенсіонерів та інвалідів. До категорії духовності відповідно – проблеми виховання дітей та підлітків, злочинності і критичної криміногенної обстановки. До категорії охорони здоров'я – проблеми стану медичної галузі, поширення наркоманії й алкоголізму, поширення ВІЛ-інфекції та СНІДу. До категорії екології – загальні екологічні проблеми та стурбованість респондентів наслідками Чорнобильської катастрофи. Очевидно, що групування щодо інших категорій є недоцільним.

Отже, рейтинг на даний момент найбільш фінансованих елементів соціальної сфери і рейтинг найбільш ймовірних, потенційно підтримуваних її елементів виглядають наступним чином:

Фактично підтримувані:

- 1) соціальний захист;
- 2) духовність;
- 3) охорона здоров'я;
- 4) культура;
- 5) освіта;
- 6) спорт;
- 7) екологія.

Потенційно підтримувані:

- 1) соціальний захист;
- 2) охорона здоров'я;
- 3) духовність;
- 4) екологія;
- 5) спорт;
- 6) культура;
- 7) освіта.

Таким чином, безумовними благодійними пріоритетами бізнесу у громаді м. Луцька і Волинської області є сфера соціального захисту, сфера охорони здоров'я, а також духовність. Заслуговує на увагу те, що найбільша питома вага у категорії соціального захисту належить проблемі сирітства й бездомних дітей, поряд із проблемою бідності й низької якості життя населення, що цілком узгоджується із даними про реально найбільш підтримувані категорії населення – дітей і соціально вразливі верстви суспільства (рис. 9). Про дані щодо решти позицій фактично й потенційно підтримуваних елементів соціальної сфери однозначних висновків зробити не можна.

Слід окремо зауважити, що серед переліку практично реалізовуваних благодійних напрямків (рис.7) не представлено елемент „благоустрій міста” – попри наявність у відповідному запитанні варіанту „інше”, передбаченого для презентації респондентом своєї альтернативи. У той час як у переліку пріоритетних проблем (рис. 22) вказаний елемент займає досить високу позицію. Теж саме можна стверджувати й про напрям „безробіття й закордонне заробітчанство” як одну із першочергових соціальних проблем за оцінкою самих респондентів.

Все це дає підстави для припущення про неврегульованість попиту і пропозиції благодійних ресурсів щодо окремих елементів соціальної сфери, зумовлену:

- 1) інформаційним вакуумом між потенційними благодійниками й бенефіціантами, а відтак – відсутністю в бізнесу зримої альтернативи для спрямування своїх коштів, призначених на благодійні цілі;
- 2) недостатністю фандрейзингових знань та навичок потенційних бенефіціарів;
- 3) безініціативністю й інертністю потенційних бенефіціантів;
- 4) їх можливою стереотипною ментальністю, що не узгоджується з побажаннями власне філантропів.

На нашу думку, невідповідність попиту на благодійні ресурси їх пропозиції, в цілому недостатня економізація сфери їх обміну може служити ще однією перешкодою реалізації благодійної діяльності у регіоні.

Зауважимо, що експерти не очікували такої значної уваги бізнесу до житлових проблем молоді (рис. 22). Втім, даний факт, очевидно, обумовлений великою кількістю респондентів молодого віку. Цікаво, що поряд із цим невисокою є стурбованість опитуваних недостатньою підтримкою молодих

сімей і низькою народжуваністю (15,3%) і такою ж недостатньою підтримкою молодіжного підприємництва (13,6%).

23. Із деякою прохолодою респонденти сприйняли запитання про дійсні можливості філантропів регіону. Запитання не передбачало вибору респондентами варіантів відповіді: опитуваним було надано лише можливість висловитися самостійно. Отримані дані було логічним чином згруповано. В результаті встановлено, що найбільш частими були відповіді про сумнів і відсутність однозначної оцінки власного благочинного потенціалу (понад 66%). З одного боку, це підтверджує попередні міркування про обережність ділових людей щодо участі в будь-яких благодійних акціях, а також про вагомість факторів-перешкод у практиці філантропії. А з другого – демонструє вичікувальну позицію бізнесу щодо останньої: підприємцям потрібні успішні приклади, переконливі факти й обґрунтування доцільності їх благочинних дій.

Натомість сума відсотків однозначних позитивних відповідей на це запитання (понад 60%) добре кореспондує з сумою попередніх даних про підтримку Фонду місцевого розвитку – 59% (рис. 21). Це дає підстави думати, що Фонд може стати потужним елементом соціальної інфраструктури у місті і в регіоні.

Зауважимо, що безпосередню увагу до діяльності Фонду згідно рис. 23 демонструють 17% відповідей. Отримані однозначні позитивні дані також в цілому підтверджують попередні висновки: про характер благодійних ініціатив, які можуть бути підтримані місцевим бізнесом, – доцільні, конкретні, проектні, а також про спрямування цих ініціатив – соціальний захист в цілому і дитячі проекти зокрема; проблеми духовності й соціалізації молоді, міський благоустрій.

Тішить також мала кількість однозначних негативних відповідей (3,4%).

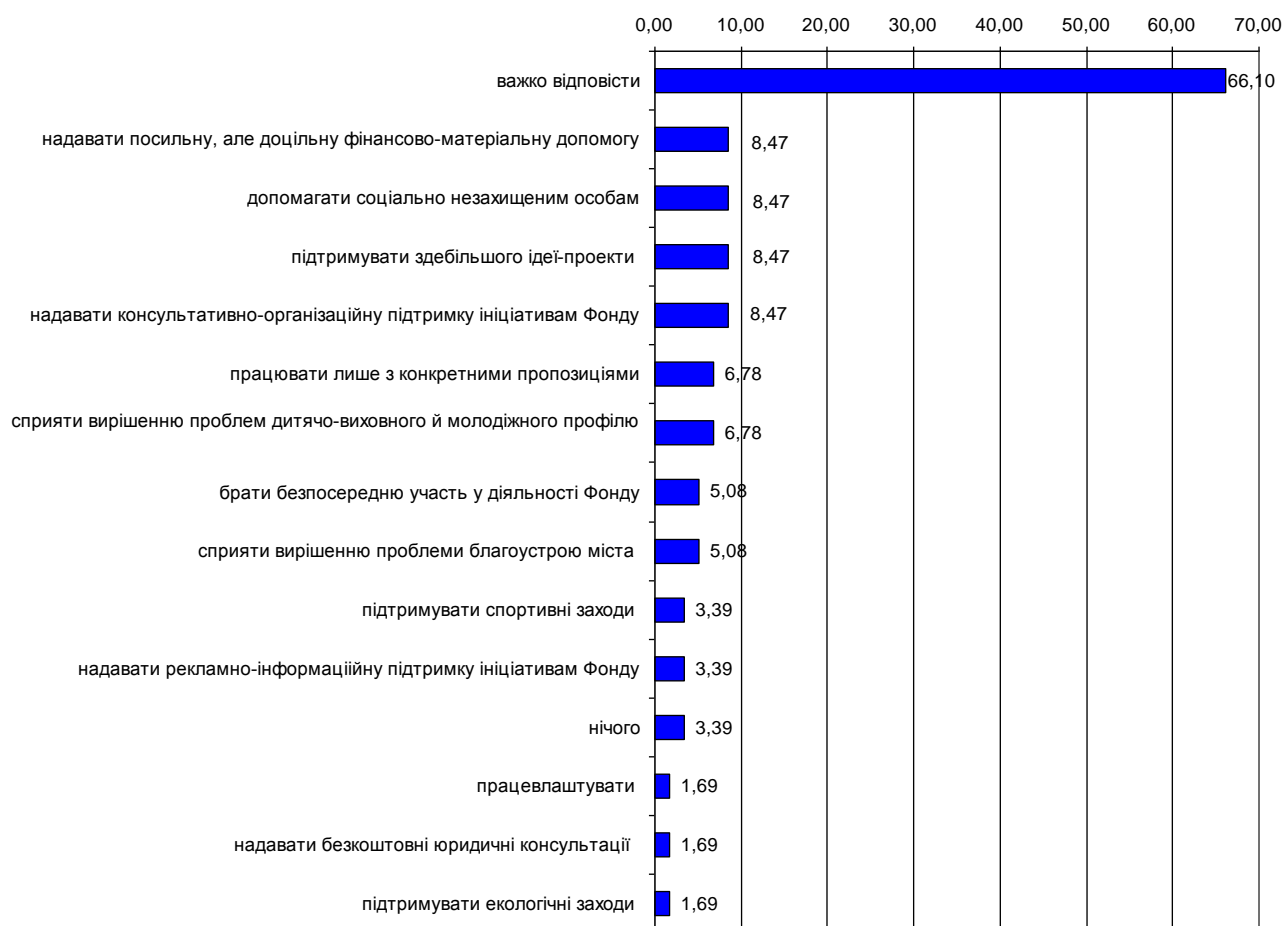


Рис. 23. Вкажіть, будь ласка, що Ви готові зробити задля розвитку благодійності у місті Луцьку й у Волинській області? (у %)?

Проведене дослідження дає можливість простежити певні тенденції і зробити такі висновки:

- бізнес-еліта міста Луцька та Волині має достатній досвід у справі благодійності, тією чи іншою мірою готова брати участь у реалізації благодійних акцій;
- місцеві підприємці в цілому усвідомлюють практичне значення корпоративної соціальної відповідальності – у цьому зв'язку є підстави думати про успішні результати попередніх проектів Асоціації захисту прав молоді Волині стосовно сучасних імперативів соціалізації бізнесу; незважаючи на це компетенція та інші ресурси місцевих благодійників є недостатніми для самостійної організації ними корпоративних благодійних програм, орієнтованих як на стратегічний розвиток їх власного бізнесу, так і на соціальні потреби регіону;
- благодійники м. Луцька і Волині мало розраховують на пільги з боку влади, що змушує думати про недоліки в інституційному оформленні бінарних форм міжсекторного партнерства у форматі „бізнес-влада”;
- соціально активний бізнес основним предметом свого благодійництва бачить боротьбу із бідністю, дитячі проблеми, міський благоустрій;
- бізнес найбільше мотивований усвідомленням необхідності допомогти тим, хто цього справді потребує;
- найчастіше благодійна допомога надається фізичним особам, при чому без звернення до посередників і будь-якої участі останніх;
- серед приватних осіб об'єктом благодійності найчастіше стають представники соціально вразливих верств, а найбільше – діти;
- із числа об'єднань громадян найчастіше співпраця бізнесу відбувається із молодіжними й дитячими та благодійними організаціями;
- найбільш розповсюдженою формою допомоги об'єднанням громадян бізнес визначив цільові внески фінансового характеру;
- рівень довіри до професійної посередницької участі у справі благодійності – критично низький, а відтак небагатий і досвід співпраці з громадськими організаціями;
- абсолютна більшість тих, хто має досвід благогенеруючого партнерства з громадськими інституціями, оцінює його як в цілому позитивний;
- найменша довіра бізнесу – до державних і муніципальних благодійних установ: у благодійній сфері стосунки бізнесу і влади побудовані дещо невдало, з боку останньої іноді практикується тиск і примус;
- про „попит на благодійність” бізнес довідується переважно через адресні прохання і запити, а також великою мірою – через засоби масової інформації. Тому з метою забезпечення дієвості й підвищення ефективності міжсекторного партнерства в регіоні слід залучати до цього партнерства регіональні мас-медіа;
- основним критерієм ефективності затрачених на благодійність ресурсів респонденти вважають ступінь вирішення конкретної проблеми – соціальна участь місцевого бізнесу є досить високою;

- підприємці вважають, що благодійна діяльність в регіоні є доброю й перспективною справою;
- ставлення до ідеї об'єднання зусиль бізнесу, громадськості та влади для покращення соціального обличчя обласного центру в опитаних в цілому позитивне, а готовність долучитися до діяльності Фонду – порівняно висока;
- бажані напрямки благодійних потоків дещо відрізняються від елементів соціальної сфери, найбільш фінансованих фактично – це вимагає зміни інституційного середовища в регіоні зусиллями громадського й владного секторів з метою приведення у відповідність попиту на благодійні ресурси і їх пропозиції;
- значною є занепокоєність бізнесу щодо законодавчої підтримки соціальної активності бізнесу, питання ефективного використання наданих коштів; проблемою благодійної сфери є скрутний фінансовий стан самих потенційних благодійників;
- очевидною є потреба в наданні соціальним діям бізнесу системності: необхідно провадити постійну просвітницьку роботу як у громаді в цілому, так і серед підприємців.

Експерт-аналітик проекту

В.П. Звонар

Керівник проекту

В.П. Онишко

22 червня 2006 року

Додаток 15
Алгоритм процесу управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ)

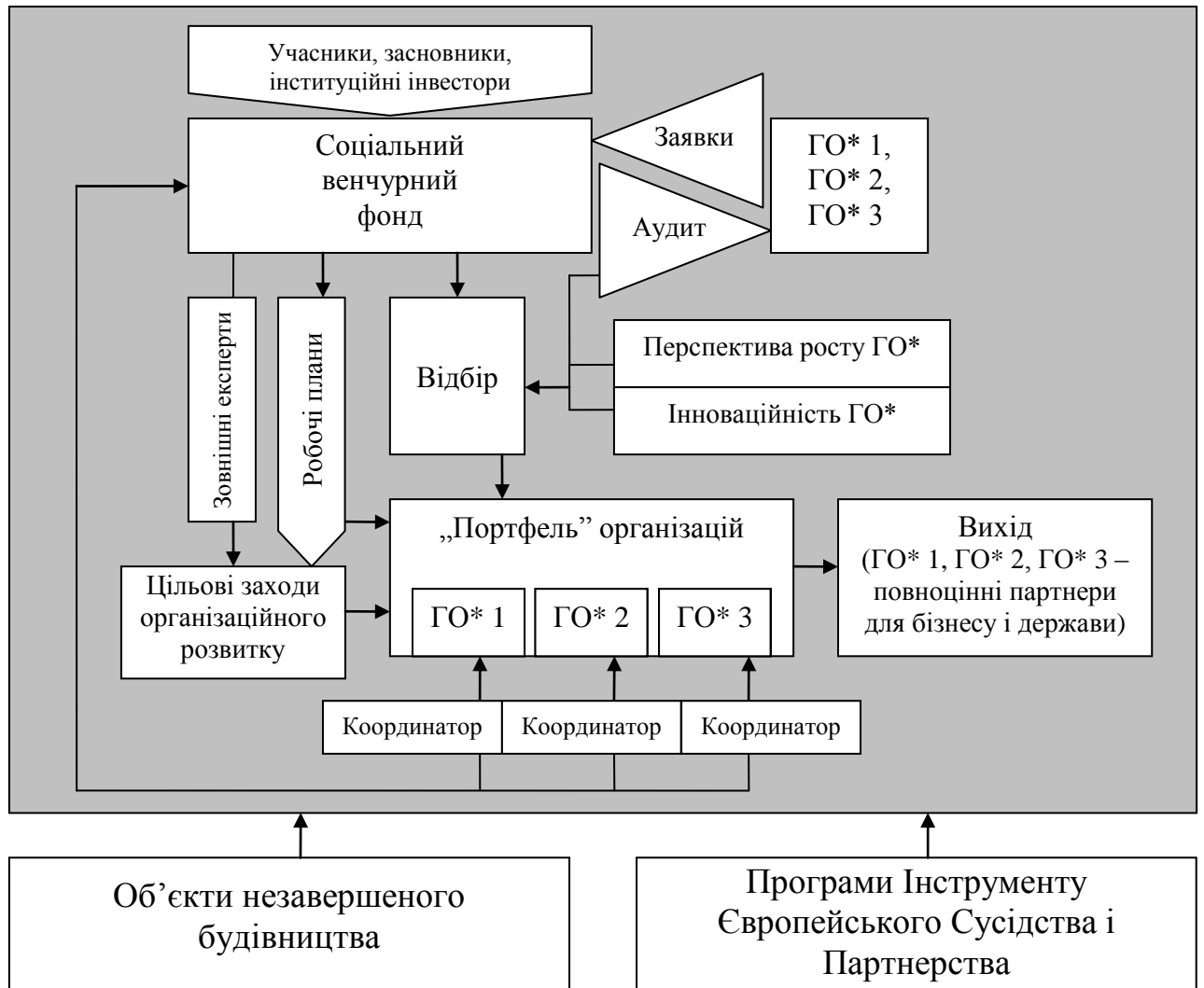


Додаток 16
Аутсорсінг благодійної діяльності



Додаток 17

Функціональна схема регіонального соціального венчурного фонду для Волинської області



*ГО – громадські організації

Додаток 18

Напрямки вдосконалення економіко-правового регулювання міжсекторного партнерства з метою його використання у соціальній політиці України

<i>Правове забезпечення діяльності громадських організацій</i>
Запровадження єдиного законодавчого терміну для організацій третього сектору – громадська організація
Визначення і фіксація переліку конкретних видів діяльності громадських організацій
Обмеження політичної діяльності громадських організацій
Уніфікація режиму оподаткування податком на прибуток (звільнення від його сплати) всього загалу громадських організацій за умови відповідності їх фактичної діяльності їхньому статуту
Запровадження можливості обрання громадськими організаціями способу ведення господарської діяльності (зі створенням підприємства чи без нього)
Звільнення від сплати ПДВ операцій із поставки товарів, робіт і послуг у межах господарської діяльності всіх громадських організацій
Поширення пільг зі сплати земельного податку на всі громадські організації (у т.ч. ті, що займаються підприємницькою діяльністю)
Делегування низки державних соціальних функцій у громадський сектор із передачею громадським організаціям частини державного майна
Поширення звільнення від сплати ПДВ на операції з безоплатної або платної передачі об'єктів будь-якої форми власності на баланс громадських організацій
<i>Законодавчі стимули благодійної діяльності</i>
Скасування нижньої межі суми благодійного внеску, здійснення якого приносить благодійникові податкові переваги
Підняття верхньої межі суми благодійного внеску, здійснення якого приносить благодійникові податкові переваги, до 20% прибутку, заощаджень або майна
Диференціація меж (0–20%) суми благодійного внеску, здійснення якого приносить благодійникові податкові переваги, з урахуванням пріоритетності місцевої філантропії
Обмеження здійснення благодійних внесків до державних установ і організацій, якщо вони використовуються не в партнерстві з відповідною громадською організацією
Запровадження можливості представників бізнесу самостійно визначати сферу використання сплачених ними податків
<i>Інституціоналізація фондів розвитку громади</i>
Законодавче визначення й оформлення процесу створення фондів розвитку громади
Поширення на фонди розвитку громади податкових пільг, якими користуються всі громадські організації
Запровадження звільнення фондів розвитку громади від оподаткування спадщини, отриманої від фізичних осіб, за умови її цільового використання на потреби місцевої громади
Передбачення можливості передачі активів ліквідованих громадських організацій до фондів розвитку громади
Включення до податкового кредиту благодійного внеску, здійсненого платником податку з доходів фізичних осіб у статутний капітал фонду розвитку громади за місцем проживання
Поширення умов податкового кредиту на внески, здійснені з усіх доходів фізичних осіб (не тільки із зарплати) за умови спрямування цих внесків до фондів розвитку громади
Врахування вартості часу волонтерської праці при визначенні суми податкового кредиту платників податку з доходів фізичних осіб
Уточнення законодавчого визначення ендавменту з врахуванням світової практики
<i>Законодавче впорядкування процедури соціального замовлення і гранту</i>
Законодавче визначення соціального гранту
Розмежування технології соціального замовлення і соціального гранту
Фіксація специфіки державного замовлення у соціальній сфері
Встановлення пріоритету громадських організацій як аутсорсерів у соціальному замовленні
Закріплення статусу фондів розвитку громади як замовників державного замовлення у соціальній сфері
Оптимізація законодавства щодо соціального замовлення і гранту (скорочення кількості нормативних актів, що регулюють їх здійснення)
<i>Зміцнення регіонального рівня регулювання міжсекторного партнерства</i>
Поширення практики прийняття регіональних програм міжсекторного партнерства
Усунення змістової фрагментарності й обтічності формулювань тексту типової регіональної програми міжсекторного партнерства з урахуванням основних положень цього дослідження

Додаток 19

Пропозиції до Проекту рішення Луцької міської ради „Про програму економічного і соціального розвитку міста Луцька на 2007 рік”, розроблені за участю автора та внесені при розгляді Проекту на засіданні постійної комісії Луцької міської ради з питань соціально-економічного розвитку, бюджету та фінансів.

Розділ 9. Міжсекторне партнерство

Соціальна політика і зусилля державних органів та органів місцевого самоврядування в соціальній сфері в Україні відіграють в основному компенсуючу роль. Основні їх напрямки -соціальний захист, матеріальна допомога, соціальне забезпечення, виконання зобов'язань щодо виплати заробітної плати працівникам бюджетних установ. Незважаючи на це. ці зусилля не завжди мають наслідком ефективне надання соціальних послуг та задоволення комплексу соціальних потреб населення.

Дієвим механізмом у вирішенні соціальних проблем громади є міжсекторна співпраця – взаємодія органів влади, бізнесу та недержавних організацій.

Головною метою міжсекторного партнерства є забезпечення соціальної сфери міста додатковими ресурсами (фінансовими, матеріальними, людськими) для функціонування і розвитку.

В м. Луцьку діє фонд розвитку громади – громадська організація „Фонд місцевого розвитку”, мета якого об'єднати громадську ініціативу, компетенцію міської влади та можливості бізнесу для вирішення актуальних проблем міста.

Спільно з Луцькою міською радою в 2006 році був проведений Ярмарок соціальних ідей, в якому взяли участь 21 громадська організація. За результатами було підтримано чотири соціально значимі проекти без залучень коштів з міського бюджету.

Ключові проблеми:

Низька ініціативність та пасивність місцевих громадських організацій та представників бізнесу щодо участі у заходах проекту; недостатня професійність представників громадських організацій у сфері фінансового та проектного менеджменту; відсутність рамкового нормативного акту, який би окреслював структуру й перспективи розвитку міжсекторного партнерства у місті, переважання тенденцій стихійної та неорієнтованої на результат благодійності.

Основні цілі та пріоритетні завдання на 2007 рік

1. Розробити та прийняти Програму розвитку міжсекторного партнерства у м. Луцьку на 2007 рік;

2. Запровадити механізм міського соціального замовлення - комплекс заходів по розробці соціальних проектів місцевого значення, реалізація яких здійснюється організаціями громадського сектору за рахунок коштів бюджету міста та місцевих благодійників;

3. Забезпечити методичну та інформаційну підтримку діям ВОГО „Фонд місцевого розвитку”, спрямованим на ліквідацію стереотипу соціального утриманства;

4. Забезпечити організацію навчання та підвищення кваліфікації представників організацій громадського сектору у сфері організаційного, фінансового, інноваційного, кадрового, стратегічного, контрактного, проектного менеджменту через систему відповідних семінарів і тренінгів, а також видавничу діяльність;

5. Забезпечити постійну інформаційну та просвітницьку кампанію серед представників бізнесового сектору щодо переваг соціальної відповідальності бізнесу, особливостей соціальної звітності і корпоративних комунікацій через видавничу діяльність, а також систему відповідних семінарів і тренінгів;

6. Забезпечити організацію конкурсу „Благодійник року” - з метою відзначення найбільш соціально відповідальних представників бізнесового сектору за підсумками року.

Кількісні та якісні параметри досягнення завдань

Реалізація проектів недержавними організаціями, що спрямовані на підтримку вразливих верств населення, розбудову соціальної інфраструктури (дитячі майданчики, громадські приймальні, захисти прав громадян).
Прийняття та реалізація Програми розвитку міжсекторного партнерства у м. Луцьку на 2007 рік.

Ресурсне забезпечення:

Ресурси ВОГО „Фонд місцевого розвитку”, ресурси інших громадських організацій міста, благодійні внески підприємств та підприємців, міський бюджет.

Додаток 20
**Пропозиції автора щодо внесення змін до тексту
 Статуту територіальної громади міста Луцька**

Статут територіальної громади міста Луцька, затверджений рішенням Луцької міської ради № 3 від 23.08.2007 року.	Пропозиції щодо зміни окремих статей
<p style="text-align: center;">Розділ I. Загальні положення. Місто Луцьк і лучани Стаття 8. Розвиток міста</p> <p>1. Розвиток території міста визначається довгостроковим Генеральним планом міста Луцька, що враховує як історичні традиції забудови міста, збереження та відновлення історичного його центру, так і сучасні тенденції містобудування.</p> <p>2. Стратегія та основні напрями розвитку міста базуються на концепції сталого розвитку всіх сфер соціально-економічного, політичного і культурного життя міста, та знаходять своє відображення в щорічних планах соціального і економічного розвитку міста та довгострокових цільових програмах, що їх затверджує міська рада.</p> <p>3. Екологічний розвиток міста, спрямований на зміцнення екологічної свідомості його мешканців, є обов'язковою складовою стратегії розвитку міста.</p>	<p style="text-align: center;">Розділ I. Загальні положення. Місто Луцьк і лучани Стаття 8. Розвиток міста</p> <p>1. Розвиток території міста визначається довгостроковим Генеральним планом міста Луцька, що враховує як історичні традиції забудови міста, збереження та відновлення історичного його центру, так і сучасні тенденції містобудування.</p> <p>2. Стратегія та основні напрями розвитку міста базуються на концепції сталого розвитку всіх сфер соціально-економічного, політичного і культурного життя міста, та знаходять своє відображення в щорічних планах соціального і економічного розвитку міста та довгострокових цільових програмах, що їх затверджує міська рада.</p> <p><u>3. Соціальний та екологічний розвиток міста як поступовий процес структурних і функціональних змін у системі галузей його соціальної й природоохоронної сфери, що призводять до покращення їх стану, є обов'язковою складовою стратегії розвитку міста;</u></p> <p><u>4. У питанні соціального та екологічного розвитку міста декларується відданість доктрині міжсекторного партнерства на основі добровільної участі трьох секторів територіальної громади;</u></p> <p><u>5. Соціальний розвиток міста спрямований на зміцнення навичок продуктивної діяльності мешканців міста і відмову від соціального утримання в усіх його формах і проявах.</u></p> <p><u>6. Екологічний розвиток міста спрямований на зміцнення екологічної свідомості його мешканців.</u></p> <p><u>7. Основним пріоритетом соціального та екологічного розвитку міста є превентивність.</u></p> <p><u>8. З метою залучення недержавних неприбуткових організацій до реалізації спільних заходів щодо соціального і екологічного розвитку міста міська влада впроваджує механізм договорів міжсекторного партнерства з недержавними неприбутковими організаціями міста.</u></p> <p><u>9. З метою залучення комерційних організацій до реалізації спільних заходів щодо соціального і екологічного розвитку міста міська влада заохочує добровільну соціально відповідальну поведінку суб'єктів підприємницької діяльності усіх організаційно-правових форм.</u></p>

<p>Стаття 12. Почесні звання та відзнаки міста</p> <p>1. За видатні заслуги перед містом, за великий внесок у його культурний, економічний, соціальний розвиток громадянам України або громадянам інших держав Луцька міська рада (або виконавчий комітет) може присвоїти звання «Почесний громадянин міста Луцька» відповідно до Положення про присвоєння звання «Почесний громадянин міста Луцька».</p> <p>Міська рада може заснувати також відзнаки або інші знаки пошани.</p> <p>2. Порядок заснування почесних звань і відзнак міста, присвоєння і нагородження знаками пошани, а також статус нагороджених осіб визначаються міською радою.</p>	<p>Стаття 12. Почесні звання та відзнаки міста</p> <p>1. За видатні заслуги перед містом, за великий внесок у його культурний, економічний, соціальний розвиток громадянам України або громадянам інших держав виконавчий комітет Луцької міської ради може присвоїти звання «Почесний громадянин міста Луцька» відповідно до Положення про присвоєння звання «Почесний громадянин міста Луцька».</p> <p><u>2. З метою заохочення соціально відповідальних форм ведення бізнесу на теренах міста, за велику увагу до розвитку його соціально-культурної та екологічної сфери юридичним особам – суб'єктам підприємницької діяльності (резидентам або нерезидентам України) виконавчий комітет Луцької міської ради може присвоїти звання «Корпоративний громадянин міста Луцька».</u></p> <p>3. Міська рада може заснувати також відзнаки або інші знаки пошани.</p> <p>Порядок заснування почесних звань і відзнак міста, присвоєння і нагородження знаками пошани, а також статус нагороджених осіб визначаються міською радою.</p>
<p>Стаття 5. Право на соціальний захист</p> <p>Лучани мають право на гарантований Конституцією України соціальний захист у випадках, передбачених законом. Міська влада розробляє і здійснює цільові програми додаткового соціального захисту окремих категорій мешканців міста (інвалідів та ветеранів війни і праці, пенсіонерів, інвалідів з дитинства, самотніх громадян похилого віку, одиноких матерів, багатодітних і малозабезпечених сімей, сімей військовослужбовців, громадян, що постраждали від аварії на Чорнобильській атомній електростанції; осіб без постійного місця проживання та інших), передбачає в міському бюджеті відповідне фінансування цих програм.</p>	<p>Стаття 5. Право на соціальний захист</p> <p>1. Лучани мають право на гарантований Конституцією України соціальний захист у випадках, передбачених законом. Міська влада розробляє і здійснює цільові програми додаткового соціального захисту окремих категорій мешканців міста (інвалідів та ветеранів війни і праці, пенсіонерів, інвалідів з дитинства, самотніх громадян похилого віку, одиноких матерів, багатодітних і малозабезпечених сімей, сімей військовослужбовців, громадян, що постраждали від аварії на Чорнобильській атомній електростанції; осіб без постійного місця проживання та інших), передбачає в міському бюджеті відповідне фінансування цих програм.</p> <p><u>2. До розробки і реалізації цільових програм додаткового соціального захисту можуть залучатися недержавні неприбуткові організації та фізичні особи у порядку, передбаченому Законом України „Про соціальні послуги”.</u></p>
<p>Стаття 29. Право на добротину допомогу місту</p> <p>Лучани, а також юридичні особи мають право надавати на засадах безоплатності, безповоротності і добротинності матеріальну, фінансову та іншу допомогу міській громаді для здійснення програм соціально-економічного, культурного і духовного розвитку міста, поліпшення його благоустрою, підтримання в належному стані пам'яток історії, культури і архітектури, природних пам'яток; підтримки соціально незахищених категорій громадян та з іншою, визначеною благодійниками, метою.</p>	<p>Стаття 29. Право на добротину допомогу місту</p> <p>Лучани, а також юридичні особи мають право надавати на засадах безоплатності, безповоротності і добротинності матеріальну, фінансову та іншу допомогу міській громаді для здійснення програм соціально-економічного, культурного і духовного розвитку міста, поліпшення його благоустрою, підтримання в належному стані пам'яток історії, культури і архітектури, природних пам'яток; підтримки соціально незахищених категорій громадян та з іншою, визначеною благодійниками, метою.</p>

<p>Надання матеріальної і фінансової допомоги міській громаді може здійснюватися через цільові фонди міського бюджету.</p> <p>Міська влада сприяє розвитку добродійності, створює умови для роботи благодійних організацій, діяльність яких спрямована на підтримку міської громади.</p>	<p>Надання матеріальної і фінансової допомоги міській громаді може здійснюватися через цільові фонди міського бюджету, <u>а також фонди розвитку територіальної громади.</u></p> <p>Міська влада сприяє розвитку добродійності, <u>у тому числі у межах заходів по заохоченню соціально відповідальної поведінки бізнесу шляхом інформаційного та організаційного забезпечення соціальної активності бізнесу,</u> а також створює умови для роботи благодійних організацій, діяльність яких спрямована на підтримку міської громади.</p> <p><u>Суб'єкти підприємницької діяльності мають право самостійно визначати пріоритети своєї соціальної відповідальності, добровільно інтегруючи їх у свою господарську діяльність.</u></p>
<p>Розділ III. Міська громада і міське самоврядування</p> <p>Стаття 18. Міська громада</p> <p>1. Міська громада (територіальна громада міста) складається із лучан – жителів, що постійно проживають у межах міста Луцька. Міська громада є виразником колективних інтересів лучан, первинним суб'єктом міського самоврядування та основним носієм його функцій і повноважень.</p> <p>2. Правовий статус міської громади визначається Конституцією та законами України, цим Статутом.</p> <p>3. Основною метою міської громади є створення для загального блага умов, що забезпечують гідне життя і вільний розвиток кожного лучанина, здійснення визначених Конституцією України та цим Статутом його прав і свобод.</p> <p>4. Для досягнення основної мети міська громада здійснює своє конституційне право на міське самоврядування.</p> <p>5. Визнання, дотримання і захист прав і свобод людини та громадянина на території міста Луцька - обов'язок міської громади.</p>	<p>Розділ III. Міська громада і міське самоврядування</p> <p>Стаття 18. Міська громада</p> <p>1. Міська громада (територіальна громада міста) складається із лучан – жителів, що постійно проживають у межах міста Луцька. Міська громада є виразником колективних інтересів лучан, первинним суб'єктом міського самоврядування та основним носієм його функцій і повноважень.</p> <p>2. Правовий статус міської громади визначається Конституцією та законами України, цим Статутом.</p> <p>3. Основною метою міської громади є створення для загального блага умов, що забезпечують гідне життя і вільний розвиток кожного лучанина, здійснення визначених Конституцією України та цим Статутом його прав і свобод.</p> <p>4. Для досягнення основної мети міська громада здійснює своє конституційне право на міське самоврядування.</p> <p>5. Визнання, дотримання і захист прав і свобод людини та громадянина на території міста Луцька - обов'язок міської громади.</p> <p><u>6. Єдність міської громади забезпечується партнерською взаємодією основних її секторів – владного, громадського та бізнесового. Структурні особливості та функціональні характеристики кожного із секторів міської громади визначаються нормативними актами міської влади.</u></p>

RESOLUTION CONCERNING TRIPARTISM AND SOCIAL DIALOGUE

adopted on 18 June 2002.

The General Conference of the International Labour Organization,

Recalling the Constitution of the International Labour Organization,

Recalling Conventions Nos. 87, 98, 144, 150, 151 and 154, and the Recommendations accompanying them as well as Recommendation No. 113,

Underlining the founding of the International Labour Organization in 1919 as a unique tripartite structure with the objective of “universal and lasting peace”,

Reaffirming the importance of the tripartite nature of the International Labour Organization, which is the only international organization where governments and representatives of workers’ and employers’ organizations can freely and openly exchange their ideas and experiences and promote lasting mechanisms of dialogue and consensus building,

Stressing that among the strategic objectives of the International Labour Organization is the strengthening of tripartism and social dialogue,

Aware that social dialogue and tripartism have proved to be valuable and democratic means to address social concerns, build consensus, help elaborate international labour standards and examine a wide range of labour issues on which the social partners play a direct, legitimate and irreplaceable role,

Reaffirming that legitimate, independent and democratic organizations of workers and employers, engaging in dialogue and collective bargaining, bring a tradition of social peace based on free negotiations and accommodation of conflicting interests, therefore making social dialogue a central element of democratic societies,

Recalling the numerous challenges and opportunities facing the world of work in the framework of ongoing globalization and the importance of strengthening the collaboration between the social partners and governments in order to achieve appropriate solutions at national, regional and international levels and, most pertinently, in the International Labour Organization,

Recalling the essential role of the social partners in stable economic and social development, democratization and participative development and in examining and reinforcing the role of international cooperation for poverty eradication, promotion of full employment and decent work, which ensure social cohesion of countries,

Stressing that social dialogue and tripartism are modern and dynamic processes that have unique capacity and great potential to contribute to progress in many difficult and challenging situations and issues, including those related to globalization, regional integration and transition,

Emphasizing that the social partners are open to dialogue and that they work in the field with NGOs that share the same values and objectives and pursue them in a constructive manner; recognizing the potential for the International Labour Office to collaborate with civil society following appropriate consultations with the tripartite constituents,

Noting the valuable contributions of civil society institutions and organizations in assisting the Office in carrying out its work – particularly in the fields of child labour, migrant workers and workers with disabilities; and recognizing that forms of dialogue other than social dialogue are most useful when all parties respect the respective roles and responsibilities of others, particularly concerning questions of representation;

1. Invites the governments to ensure that the necessary preconditions exist for social dialogue, including respect for the fundamental principles and the right to freedom of association and collective bargaining, a sound industrial relations environment, and respect for the role of the social partners, and invites governments as well as workers' and employers' organizations to promote and enhance tripartism and social dialogue, especially in sectors where tripartism and social dialogue are absent or hardly exist:

(a) invites workers' organizations to continue to empower workers in sectors where representation is low in order to enable them to exercise their rights and defend their interests;

(b) invites employers' organizations to reach out to sectors where representation levels are low in order to support the development of a business environment in which tripartism and social dialogue can flourish.

2. Invites the Governing Body of the International Labour Office to instruct the Director-General to ensure that the International Labour Organization and its Office within existing resources of the Organization:

(a) consolidate the tripartite nature of the Organization – governments, workers and employers – legitimately representing the aspirations of its constituents in the world of work;

(b) continue to this end their efforts to strengthen employers' and workers' organizations to enable them better to collaborate in the work of the Office and be more effective in their countries;

(c) enhance the role of tripartism and social dialogue in the Organization, both as one of its four strategic objectives and as a tool to make operational all strategic objectives, as well as the cross-cutting issues of gender and development;

(d) promote the ratification and application of ILO standards specifically addressing social dialogue, as set out in the preamble above and continue to promote the ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work;

(e) promote the involvement of the social partners in a meaningful consultative process in labour reforms, including dealing with the core Conventions and other workrelated legislation;

(f) carry out in-depth studies of social dialogue in collaboration with the Organization's constituents with a view to enhancing the capacity of labour administrations and workers' and employers' organizations to participate in social dialogue;

(g) reinforce the role and all the functions of the Social Dialogue Sector within the Office and in particular its capacity to promote social dialogue in all the strategic objectives of the Organization, and recognize the unique functions and roles of the Bureaux for Employers' and Workers' Activities within the Office and strengthen their abilities to provide services to employers' and workers' organizations worldwide in order to enable them to maximize the outcome of the Office's work;

(h) promote and reinforce the tripartite activities of the Organization to determine its policies and work priorities, and further develop technical cooperation programmes and other mechanisms with the social partners and governments to help strengthen their capacities, services and representation;

(i) reiterate in headquarters and in the field the importance of strengthening the tripartite structure of the International Labour Organization and to ensure that the Office works with and for the constituents of the Organization;

(j) ensure that the tripartite constituents will be consulted as appropriate in the selection of and relationships with other civil society organizations with which the International Labour Organization might work.

The Partnership Declaration

The 21st Century Leadership Challenge

Multi-stakeholder partnerships are now a tried and tested approach to the intractable problems of poverty, environmental degradation and weak governance. Their impact has been exciting, with clear benefits, but their full potential remains untapped. Multi-stakeholder partnerships could achieve *so much more* if corporate, NGO and public policy frameworks were more explicitly supportive.

This Partnership Declaration is a **call to action** to you as leaders and decision makers to:

- 1. Revise existing policies to maximise the strategic value of multi-stakeholder partnerships.*
- 2. Use your personal leadership to energise a culture of collaboration throughout your organisation and networks.*
- 3. Adopt procurement procedures that stimulate, rather than inhibit, innovative partnerships.*
- 4. Treat the governance of multi-stakeholder partnerships as seriously as you treat other important commitments.*
- 5. Maximise the potential of your staff as partnership practitioners, for example, by revising staff appraisal criteria, investing in skills training and rewarding collaborative risk-taking.*
- 6. Jointly measure qualitative as well as quantitative results, such as relationships, innovation, and new norms and practices.*
- 7. Create a culture of good partnering behaviour by genuinely respecting the contribution of others.*

The initial experimentation phase for multi-stakeholder partnerships is over. Growing expertise and evidence can now be channelled more ambitiously to fulfil your organisation's primary purpose. Further commitments from leaders in all sectors can create a dramatic leap in our ability to meet sustainable development goals.

Release the Power and Potential of Multi-Stakeholder Partnerships

Background to the Declaration

Definition

Multi-stakeholder partnerships involve two or more organisations from across the public, private and civil society spheres that enter into a collaborative arrangement. Multi-stakeholder partnerships move beyond unilateral actions and conventional

contracts by pooling complementary resources and genuinely sharing the risks and benefits.

This Declaration, the direct result of The Partnering Event (1), is a call to action by an international group of 130 partnership professionals from all sectors and all continents.

We believe that multi-stakeholder partnerships have huge potential to create solutions to otherwise intractable local and global problems, including: continuing poverty, conflict and violence, social exclusion, inadequate public health services, environmental degradation and weak governance and accountability.

In our experience, when tailored to specific contexts and used carefully, partnerships can both drive innovative approaches and help each stakeholder group to fulfil its primary purpose.

Realising the Potential of Partnership

In many contexts, multi-stakeholder partnerships have now clearly moved beyond the experimental phase. With attention to the issues below, the potential of partnerships can be released.

Partnerships Require:	What Can Be Done
1) Flexible Public, Corporate and NGO Policies	<ul style="list-style-type: none"> • Embed policies and procedures that realise the strategic value of multi-stakeholder partnerships • Systematically use partnership results to inform policy
2) Supportive Organisational Cultures	<ul style="list-style-type: none"> • Position partnership as a valid way of enhancing core business • Build capacity to bridge the gap between partnership policy and operational practice • Ensure that organisational procedures do not inhibit partnership innovation
3) Appropriate Resource Allocation and Management	<ul style="list-style-type: none"> • Adopt more flexible tendering procedures that encourage multi-stakeholder approaches • Give proper weight to all partner contributions (beyond funding) • Encourage funders to engage as equal partners
4) Sufficient Attention to Governance and Accountability	<ul style="list-style-type: none"> • Specify and regularly review roles and responsibilities of partners • Create mechanisms to ensure mutual accountability and ownership of risks • Report successes <u>and</u> failures of partnership

- 5) Sufficient Investment in the Individual
 - Recognise that experienced practitioners can play an essential role in brokering partnerships
 - Invest in building the skills of key staff
 - Reward individuals for innovating and taking risks

- 6) Clearly Defined Evaluation
 - Create evaluation frameworks from the outset, helping partners to clarify their aspirations and modify their methods as the partnership progresses
 - Take into account both qualitative and quantitative impacts
 - Use evaluators familiar with the challenge of working across stakeholder groups

- 7) Improved Standards of Partnering Behaviour
 - Appreciate the organisational cultures and contexts in which different stakeholders operate
 - Recognise and respect the value of each partner's contribution
 - Share responsibilities, risks and rewards

This Partnership Declaration is a call to action. To have your say and source the evidence, go to: <http://thepartnershipdeclaration.org>

(1) An event led by the International Business Leaders Forum, the Overseas Development Institute and the University of Cambridge Programme for Industry held in Cambridge, UK, 24-26th September 2006

Додаток 23

СХВАЛЕНО

розпорядженням Кабінету Міністрів
України від 21 листопада 2007 р.
N 1035-р**КОНЦЕПЦІЯ**
сприяння органами виконавчої влади
розвитку громадянського суспільства

Загальні положення

Сприяння розвитку громадянського суспільства є однією з найважливіших умов становлення України як демократичної, правової і соціальної держави. Це насамперед передбачає налагодження ефективної взаємодії органів виконавчої влади з інститутами громадянського суспільства, що повинна базуватися на партнерстві, взаємозаінтересованості у досягненні цілей, пов'язаних з процесом демократизації усіх сфер державного управління і суспільного життя, соціально-економічним і духовним прогресом, всебічним забезпеченням захисту прав і свобод людини та громадянина

Ця Концепція визначає основні засади діяльності органів виконавчої влади, спрямованої на створення сприятливих умов для розвитку громадянського суспільства та зміцнення демократії в Україні. Правовою основою Концепції є Конституція України (254к/96-ВР), Цивільний кодекс України (435-15), Закони України "Про об'єднання громадян" (2460-12), "Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності" (1045-14), "Про організації роботодавців" (2436-14), "Про професійних творчих працівників та творчі спілки" (554/97-ВР), "Про благодійництво та благодійні організації" (531/97-ВР), "Про свободу совісті та релігійні організації" (987-12), "Про інформацію" (2657-12), "Про соціальні послуги" (966-15), "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності" (1160-15), постанова Кабінету Міністрів України від 15 жовтня 2004 р. N 1378 (1378-2004-п) "Деякі питання щодо забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики" та інші нормативно-правові акти, а також положення Загальної декларації прав людини (995_015), Міжнародного пакту про громадянські та політичні права (995_043), Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод (995_004)

До інститутів громадянського суспільства належать громадські організації, професійні і творчі спілки, організації роботодавців, благодійні організації, релігійні організації, недержавні засоби масової інформації та інші невідприємницькі товариства і установи

Мета та основні завдання Концепції

Мета цієї Концепції полягає у створенні сприятливих умов для подальшого розвитку громадянського суспільства та зміцнення демократії в Україні

Основними завданнями Концепції є сприяння:

- удосконаленню нормативно-правової бази з питань розвитку громадянського суспільства, діяльності інститутів громадянського суспільства, доступу громадян до інформації;
- розробленню та впровадженню ефективного механізму налагодження комунікацій між органами виконавчої влади та зазначеними інститутами;
- створенню належних умов для розвитку інститутів;
- формуванню громадянської культури суспільства - виявлення активної громадянської позиції, зокрема щодо участі у процесах формування та реалізації державної політики, усвідомлення громадськістю принципів співробітництва між органами виконавчої влади та інститутами;
- розвитку волонтерського руху, благодійництва і меценатства

Принципи взаємодії органів виконавчої влади з інститутами громадянського суспільства

Взаємодія органів виконавчої влади з інститутами громадянського суспільства організовується на основі таких принципів:

соціальне партнерство - налагодження конструктивної взаємодії органів виконавчої влади, зазначених інститутів і суб'єктів господарювання для вирішення питань державного управління і суспільного життя;

забезпечення рівних можливостей - створення органами виконавчої влади однакових умов для діяльності інститутів, пов'язаної із захистом прав і свобод людини та громадянина, наданням соціальних послуг;

взаємовідповідальність - усвідомлення органами виконавчої влади та інститутами спільної відповідальності за рівень їх взаємодії;

відкритість та прозорість - забезпечення органами виконавчої влади доступу інститутів до інформації шляхом:

- розроблення і впровадження ефективного механізму налагодження комунікацій з громадськістю;

- надання інститутам у повному обсязі інформації про свою діяльність, за винятком тієї, що відповідно до законодавства становить державну таємницю;

- проведення роз'яснювальної роботи щодо доцільності розроблення проектів рішень та їх прийняття;

- сприяння висвітленню у засобах масової інформації проектів ефективного співробітництва органів виконавчої влади з інститутами, питань розвитку громадянського суспільства;

участь інститутів у формуванні та реалізації державної політики - залучення органами виконавчої влади інститутів як заінтересованих сторін до управління державними справами;

невтручання - унеможливлення втручання органів виконавчої влади у діяльність інститутів, за винятком випадків, установлених законом;

визнання органами виконавчої влади різних видів діяльності інститутів - створення умов для різноманітної діяльності інститутів, налагодження взаємодії з ними на професійно-профільній основі;

ефективність процесу взаємодії - досягнення позитивних результатів у процесі взаємодії органів виконавчої влади з інститутами, прийняття органами виконавчої влади рішень з урахуванням суспільних потреб та інтересів

Форми взаємодії органів виконавчої влади з інститутами громадянського суспільства

Взаємодія органів виконавчої влади з інститутами громадянського суспільства може набувати різних форм залежно від цілей і характеру виконуваної роботи, обсягу повноважень суб'єктів, масштабу взаємодії (загальнодержавний, регіональний, місцевий рівень). Активно використовуються, зокрема, такі форми взаємодії:

участь зазначених інститутів у розробленні та обговоренні проектів нормативно-правових актів з питань, що стосуються суспільно-економічного розвитку держави, інтересів широких верств населення, прав і свобод людини та громадянина;

здійснення інститутами громадського контролю за діяльністю органів виконавчої влади щодо розв'язання проблем, що мають важливе суспільне значення, у формі громадського моніторингу підготовки та виконання рішень, експертизи їх ефективності, подання органам виконавчої влади експертних пропозицій;

надання інститутами соціальних послуг відповідно до укладених договорів; утворення спільних консультативно-дорадчих та експертних органів, рад, комісій, груп для забезпечення врахування громадської думки у формуванні та реалізації державної політики;

співпраця органів виконавчої влади з інститутами з підготовки та перепідготовки кадрів, спільного навчання державних службовців та представників інститутів навичків ефективної взаємодії, ознайомлення широких верств населення з формами його участі у формуванні та реалізації державної політики;

проведення органами виконавчої влади моніторингу і аналізу громадської думки, забезпечення своєчасного публічного реагування на пропозиції та зауваження громадськості;

виконання спільних проектів інформаційного, аналітично-дослідницького, благодійного і соціального спрямування

Налагодження комунікацій між органами виконавчої влади, інститутами громадянського суспільства та суб'єктами господарювання

На даний час існує потреба у розвитку міжсекторної співпраці: органи виконавчої влади - інститути громадянського суспільства – суб'єкти господарювання (курсив автора)

Органи виконавчої влади сприяють підвищенню соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, що є умовою формування в суспільстві культури благодійництва і меценатства. Це передбачає:

розроблення механізму налагодження комунікацій між органами виконавчої влади, інститутами та суб'єктами господарювання;
 заохочення благодійництва і меценатства;
 стимулювання участі суб'єктів господарювання у розв'язанні соціальних проблем.

Сприяння міжнародній діяльності інститутів громадянського суспільства

Міжнародна діяльність інститутів громадянського суспільства є важливим фактором формування позитивного іміджу України в світі. Органи виконавчої влади здійснюють заходи щодо сприяння:

міжнародному співробітництву інститутів з іноземними громадськими та міжнародними неурядовими організаціями;
 інформаційному супроводженню міжнародної діяльності інститутів.

Напрями удосконалення актів законодавства з питань діяльності інститутів громадянського суспільства

Створення сприятливих умов для діяльності інститутів громадянського суспільства на сучасному етапі передбачає:

спрощення процедури легалізації та реєстрації зазначених інститутів;
 урегулювання підприємницької діяльності інститутів;
 створення умов для розвитку благодійництва і меценатства;
 запровадження механізму державного замовлення на надання інститутами окремих послуг на конкурсних засадах;

підтримку суб'єктів господарювання та громадян, які надають фінансову допомогу чи здійснюють добровільні пожертвування інститутам для розв'язання проблем, що мають важливе суспільне значення;

розвиток волонтерського руху;
 імплементацію положень Міжнародного пакту про громадянські та політичні права (995_043), Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод (995_004), зокрема щодо закріплення права іноземців та осіб без громадянства, які на законних підставах перебувають в Україні, створювати громадські організації;

спрощення вимог до установчих документів інститутів та ліцензування їх діяльності з надання соціальних послуг;

сприяння удосконаленню механізму участі територіальних громад у вирішенні питань місцевого значення;

удосконалення правового регулювання участі інститутів у прийнятті рішень органами виконавчої влади, діяльності громадських рад та інших консультативно-дорадчих органів, здійснення органами виконавчої влади моніторингу громадської думки з питань їх діяльності;

створення правових умов для забезпечення відкритості та прозорості діяльності органів виконавчої влади, публічності всіх етапів підготовки і прийняття рішень, доступу до інформації про діяльність та рішення зазначених органів

Моніторинг реалізації Концепції

Моніторинг реалізації Концепції проводиться органами виконавчої влади та інститутами громадянського суспільства спільно або самостійно. У рамках моніторингу здійснюються опитування громадської думки, аналіз пропозицій і зауважень громадськості, у тому числі тих, що оприлюднені у засобах масової інформації, та інші заходи для визначення ефективності виконання органами виконавчої влади основних завдань Концепції. Органи виконавчої влади створюють умови для здійснення громадського моніторингу стану реалізації Концепції

За результатами моніторингу органи виконавчої влади по закінченні кожного року аналізують хід реалізації Концепції, забезпечують висвітлення у засобах масової інформації і громадське обговорення результатів своєї діяльності та підготовку з урахуванням підсумків обговорення пропозицій до щорічного проекту плану заходів з реалізації Концепції

Центральні органи виконавчої влади, Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські держадміністрації подають щороку до 1 січня інформацію про хід реалізації Концепції та пропозиції до зазначеного плану заходів Секретаріату Кабінету Міністрів України

Проект плану заходів на відповідний рік вноситься на розгляд Кабінету Міністрів України разом з узагальненим звітом про реалізацію Концепції

В органах виконавчої влади функції із забезпечення реалізації Концепції виконують підрозділи, відповідальні за взаємодію з громадськістю

Очікувані результати

Реалізація Концепції дасть змогу:

забезпечити подальший розвиток громадянського суспільства та зміцнення його інститутів:

налагодити комунікації між органами виконавчої влади та зазначеними інститутами;

підвищити рівень громадянської культури суспільства, активізувати участь громадян у діяльності інститутів, формуванні та реалізації державної політики;

розвинути волонтерський рух, благодійництво і меценатство.

Словник термінів і понять міжсекторного партнерства*

*терміни розміщені в порядку їх згадування у тексті монографії; терміни, які не містять конкретних посилань, є авторськими, або авторською редакцією відомих понять.

Соціальна політика – діяльність, пов'язана з управлінням та удосконаленням соціальної сфери суспільства (Лавриненко, 2000).

Соціальна сфера суспільства – сукупність соціальних аспектів різних галузей суспільного життя (соціальних складових різних систем суспільних відносин) (Яременко, 2002).

Суб'єкти соціальної політики – фізичні та юридичні особи, відповідальні за реалізацію соціальної політики. Основними суб'єктами соціальної політики є держава, громадські організації (в т.ч. професійні спілки), роботодавці та бізнес-організації в цілому (в межах програм корпоративної соціальної відповідальності).

Цілі соціальної політики – вирішення або полегшення соціальних проблем, зменшення нерівності в суспільстві (Іванова, 2003).

Соціальні проблеми – проблеми, що розгортаються в соціальному контексті; соціальні явища руйнівного характеру, що вимагають відповідної реакції (Спікер, 1995).

Держава загального добробуту (соціальна держава) – держава, яка прагне забезпечити своїх громадян гідними умовами життя і можливостями самореалізації; нормативне поняття – ідеал такої держави (Семигіна, 2005)

Соціал-демократична модель соціальної політики (за Г. Еспінг-Андерсеном) – модель соціальної політики, яка передбачає ключову роль держави в системі соціального захисту, значні державні витрати на соціальні потреби (Семигіна, 2005).

Ліберальна модель соціальної політики (за Г. Еспінг-Андерсеном) – модель соціальної політики, за якої соціальна підтримка громадян здійснюється за рахунок систем приватного страхування при незначному втручанні держави,

котра виконує лише регулюючу роль і гарантує мінімальні соціальні стандарти (Семигіна, 2005).

Корпоративістська модель соціальної політики (за Г. Еспінг-Андерсеном) – модель соціальної політики, де визнається необхідність державного забезпечення певного рівня добробуту і коригування соціальних наслідків ринкової економіки, а відповідальність за благополуччя населення розділена між державою, особою і корпорацією. Для моделі характерна розвиненість страхових механізмів соціального захисту непрацевдатних осіб за участю професійних спілок та бізнес-структур, значення яких в соціальній політиці визначене відповідно статусами робітників і роботодавців, спільна з державою відповідальність цих суб'єктів за добробут населення й акцент на трудових аспектах соціальної політики (Семигіна, 2005).

Соціальне партнерство — це система взаємозв'язків між найманими працівниками, трудовими колективами, професійними спілками з одного боку, роботодавцями та їх об'єднаннями – з другого, і державою та органами місцевого самоврядування – з третього, їхніми представниками та спільно створеними органами з регулювання соціально-трудоких відносин, які (взаємозв'язки) полягають у взаємних консультаціях, переговорах і примирних процедурах на взаємоузгоджених принципах з метою дотримання прав і інтересів працівників, роботодавців і держави (Грішнова, 2004).

Соціально-трудокі відносини – це комплекс взаємовідносин між найманими працівниками і роботодавцями (суб'єктами й органами, що їх представляють) за участі держави (органів законодавчої і виконавчої влади), які пов'язані з наймом працівників, використанням та оплатою їхньої праці, відтворенням робочої сили і спрямовані на забезпечення соціальної злагоди, високого рівня та якості життя працівників, високої ефективності роботи підприємств (Грішнова, 2004).

Суб'єкти соціально-трудоких відносин – це наймані працівники, роботодавці, їхні представницькі органи і організації, а також державні органи (Грішнова, 2004)..

Міжсекторне партнерство (партнерство міжсекторної взаємодії) – організована, узгоджена, взаємовигідна, рівноправна, предметна взаємодія трьох суспільних секторів (державного, громадського і бізнес-сектору).

Учасники міжсекторного партнерства – організовані елементи кожного сектору: організації та установи.

Державний сектор – сукупність організацій та установ, діяльність яких має на меті утримання чи здобуття публічної влади, а також фінансово-матеріальне забезпечення виконання державою своїх функцій (органи державної влади й місцевого самоврядування, бюджетні установи і організації, політичні партії та суб'єкти господарювання державного і комунального секторів економіки, деякі за формою громадські структури, які провадять свою діяльність від імені та в інтересах тієї або іншої громадської сили.

Бізнес-сектор – це суб'єкти господарювання усіх організаційно-правових форм (недержавної форми власності), створені для привласнення їх учасниками прибутку, отриманого шляхом виробництва товарів і послуг. Сюди відносяться кредитні спілки та громадські об'єднання підприємців й інші громадські структури, зміст діяльності яких полягає у підтримці бізнес-ініціатив і сприянні діловій активності.

Громадський (третій сектор) – весь спектр громадських організацій та підприємств, створених цими організаціями для реалізації їх статутних цілей

Громадська організація – об'єднання громадян, створене для задоволення та захисту інтересів певних соціальних груп та без права розподілу отриманого прибутку між його учасниками.

Соціальне підприємництво – підприємницька діяльність громадської організації, прибуток від якої спрямовується на реалізацію статутних цілей такої організації (Проект Мережа громадянської дії в Україні, 2005); спрямування частини прибутку підприємствами бізнес-сектору на соціальні цілі.

Професійна спілка – громадська організація, що об'єднує громадян, пов'язаних спільними інтересами за родом їх трудової (професійної) діяльності (Семигіна, 2005).

Громадянське суспільство — це суспільство, всі відносини між членами якого регламентовані законом, а окремі його члени мають рівні права брати участь у розробці рішень, що стосуються діяльності держави та їх власної долі, в тому числі й рішень, що стосуються загальнонаціональних і місцевих фінансів, шляхом голосування на референдумах, на виборах тощо. Членами громадянського суспільства є: окремі громадяни та юридичні особи; політичні інститути; держава (Карлін, 2004).

Опортунізм – переслідування егоїстичних інтересів учасниками трансакції через навмисний обман партнерів, шахрайство, надання неповної або перекрученої інформації тощо (Вольчик, 2000).

Рентоорієнтована поведінка – поведінка, спрямована на отримання систематичних розподільчих переваг і яка не зумовлює підвищення економічної ефективності (Аузан, Крючкова, 2001)

Раціональне незнання – поведінка виборців, зумовлена ситуацією, коли з точки зору індивідуальних інтересів нерационально докладати значних зусиль для отримання інформації, яка, можливо, сприяла б більш зваженому й обґрунтованому суспільному вибору. Причини такої ситуації полягають в тому, що вигоди від уточнення рішення розосереджуються в суспільстві, в наслідок чого індивід, який бере на себе витрати, пов'язані з отриманням і розповсюдженням інформації, одержує лише їх (вигод) незначну частину (Якобсон, 1996).

Проблема „безбілетника” – ситуація, що виникає при необхідності оплати споживання суспільного блага. Оскільки суспільне благо, на відміну від приватного, характеризується неможливістю виключення споживачів, деякі з них, користуючись цим, не бажають за нього платити (Слухай, 1998).

Соціальні блага – блага, що задовольняють потреби індивідів та груп через функціонування соціальної сфери та вирішення соціальних проблем. Залежно від способу споживання, як і будь-які інші блага, поділяються на суспільні, приватні та змішані.

„Провали ринку” – ситуації, коли ринкові механізми не здатні забезпечити ефективний і справедливий розподіл ресурсів (Ткач, 2007).

„Провали держави” – нездатність держави забезпечити ефективний розподіл ресурсів і відповідність соціально-економічної політики прийнятим в суспільстві уявленням про справедливість (Ткач, 2007).

„Провали волонтерства” – нездатність громадського сектору створювати соціальні блага належної споживчої цінності через неадекватні масштабам завдань пожертвування, концентрацію зусиль на задоволенні потреб окремих груп; філантропічний патерналізм, відсутність професіоналізму і, отже, невисоку ефективність процесу надання послуг громадянам (Salamon, 1987).

Мультиплікативний ефект міжсекторного партнерства – посилення результативності дій партнерів через потенційну можливість пошуку ексклюзивних продуктивних комбінацій ресурсів в межах міжсекторного партнерства, які поза ним виявилися б малоймовірними.

Паретто-покращення – такий перерозподіл ресурсів, який дозволяє поліпшити добробут одного індивіда (або частини суспільства) без погіршення добробуту іншого (індивіда або частини суспільства) (Литвинцева, 2000).

Зовнішні ефекти або екстерналії – витрати або вигоди, пов'язані з виробництвом або споживанням, що отримують окремі особи, які не є учасниками конкретної ринкової угоди. Відповідно, ці ефекти не знаходять відображення в ціні товару, не сприяють ефективному розподілу ресурсів в умовах ринку. Негативні екстерналії виникають в тому випадку, коли виробництво або споживання будь-якого блага породжує некомпенсовані витрати у третьої сторони. Позитивні екстерналії виникають тоді, коли виробництво чи споживання будь-якого блага породжує некомпенсовані вигоди у третьої сторони (Карлін, 2004).

Інтерналізація негативних зовнішніх ефектів – зменшення корисного результату певної дії на вартість негативних зовнішніх ефектів, породжених цією дією (Олейник, 2002).

Суспільний вибір – процес прийняття владою рішень про використання державних видатків, результати якого обумовлені впливом виборців (Карлін, 2004).

Колективний вибір – вибір, здійснений через колективну ухвалу (прийняття) певного рішення. Більш абстрактне поняття, ніж суспільний вибір: має місце не тільки в сфері формування державної політики, але й у будь-якій іншій (Якобсон, 1996).

Механізм декларативної опозиції – механізм інтерналізації негативних зовнішніх ефектів, за якого громадськість активно анонсує проблему негативних зовнішніх ефектів, одночасно позиціонуючи себе (або будучи позиціонованою) як опонент і суперник держави та бізнесу.

Механізм альтернативної субституції – механізм інтерналізації негативних зовнішніх ефектів, що має на меті виконання громадськими організаціями ролі „прибиральника”, який самостійно намагається усунути шкоду, завдану бізнес-сектором чи державною владою, і водночас – як виробник соціальних благ – прагне (або поставлений в умови, коли змушений) повністю взяти на себе виконання соціальних функцій держави та бізнесу (замінити їх).

Механізм компенсаторної комплементарності – механізм інтерналізації негативних зовнішніх ефектів, у якому громадські організації здійснюють спеціалізовану діяльність, спрямовану на адитивний результат, а нейтралізація негативних зовнішніх ефектів можлива за добровільної й мотивованої участі їх винуватців.

Соціальний капітал (СК) – сукупність актуальних або потенційних ресурсів, пов'язаних з наявністю міцних мереж зв'язків, більш-менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства і визнання (Бурдье, 2002); механізм зниження вартості здійснення трансакцій між індивідами (групами) внаслідок прямого чи опосередкованого знайомства між ними, їхньої приналежності до однієї соціальної спільноти (Демків, 2006).

Соціальні мережі – особи чи групи, пов’язані певними спільними зв’язками, соціальним статусом, функціями, іншими особливостями (Семигіна, 2005). В рамках таких мереж встановлюється високий рівень довіри і солідарності, підкріплений спільними нормами і правилами, а також переконаннями та обов’язками їх членів.

Людський капітал – сукупність сформованих і розвинутих унаслідок інвестицій продуктивних характеристик індивідів, що використовуються в економічній діяльності, сприяють зростанню продуктивності праці і завдяки цьому впливають як на зростання доходів свого власника, так і на зростання національного доходу. Структура людського капіталу об’єднує знання, навички, природні здібності і риси, стан здоров’я, володіння економічно значущою інформацією, мотивацію до праці, мобільність працівника (Грішнова, 2001).

Волонтерська праця – добровільна, безоплатна, вмотивована діяльність осіб, спрямована на досягнення соціально значимих цілей, вирішення соціальних проблем (Кудринская, 2004).

Економічне значення міжсекторного партнерства – полягає у тому, що: міжсекторне партнерство супроводжується процесом оптимізації виробництва соціальних благ, що ґрунтується на можливості ресурсно-комбінаційного маневру, і призводить до збільшення корисності соціальних благ для їх споживачів; відзначається ефектами якісної інтерналізації негативних екстерналій й елімінації недоліків процесу виробництва соціальних благ в умовах ринкової економіки; міжсекторне партнерство визначальне одночасно як одна з форм та ресурс соціального капіталу, а також як один з головних чинників зростання людського капіталу.

Інституціональна теорія – один із провідних напрямків економічної теорії сучасності, предметом дослідження якого є вивчення суспільства як сукупності економічних та неекономічних інститутів, що перебувають у взаємозв’язку, взаємодії та розвитку (Базилевич, 2004).

Інститут – 1) певний поширений спосіб мислення про відносини між суспільством і особистістю й виконуваними ними функціями; 2) система життєдіяльності суспільства, яка складається із сукупності норм, що діють у будь-який момент розвитку цього суспільства; 3) превалююча духовна позиція або поширене уявлення про спосіб життя в суспільстві (Veblen, 1899).

Норма або власне інститут – базовий регулятор суспільної поведінки (Олейник, 2002).

Інституційна структура – сукупність норм, що діють у суспільстві і спрямовують його розвиток, створюють матриці економічної поведінки та визначають обмеження й можливості у діяльності її суб'єктів (Вольчик, 2000).

Інституційне середовище – особливого роду інститут вищого порядку (матриця розвитку), що визначає основний напрям розвитку суспільної системи, а також ті орієнтири, на основі яких відбувається формування і відбір найбільш ефективних економічних і соціальних інститутів (Вольчик, 2000). Інституційне середовище, створюючи умови й орієнтири відбору ефективних елементів інституційної структури з альтернативних форм економічної координації, є первинним щодо цієї структури.

Економічний імперіалізм – один із принципів інституціональної теорії, можливим дослідження різноманітних суспільних відносин з погляду раціонального „*homo economicus*”, розширюючи коло феноменів, що можуть аналізуватися з позиції економічної науки (Базилевич, 2004).

„*Homo economicus*” – абстрактна модель людини як незалежного, егоїстичного, поінформованого та раціонально мислячого ринкового суб'єкта, який прагне максимізувати власну вигоду (Базилевич, 2004).

Інституційне середовище міжсекторного партнерства – „матриця розвитку” міжсекторного партнерства, сформована під впливом двох глобальних тенденцій: соціалізації (і підпорядкованій їй екологізації) економіки та раціоналізації соціальної взаємодії.

Соціалізація економіки – цільова орієнтація економічного розвитку на забезпечення потреб людини (Салюта, 2004).

Зовнішні інститути – основні правила, що встановлюють у господарській системі та визначають її характер (наприклад, інститут власності) (Вольчик, 2000). Для інституційної структури міжсекторного партнерства зовнішніми інститутами є загальні норми ринку.

Внутрішні інститути – норми, які роблять можливими угоди між суб'єктами, знижують ступінь невизначеності і ризику, зменшують трансакційні витрати (Вольчик, 2000). Специфіка внутрішніх норм для міжсекторного партнерства полягає в тому, що вони безпосередньо нормують його внутрішню організацію. Їх сукупність ми визначили, виходячи з особливостей найбільш значимих принципів та процедурних елементів системи взаємодії органів влади та громадських організацій, поширивши її на весь загал учасників міжсекторної взаємодії.

Складний утилітаризм – перша норма, закладена в системі ринкових інститутів. Вона передбачає усвідомлення індивідом зв'язку між отриманою корисністю і його продуктивною діяльністю. Складний утилітаризм є альтернативою пошуку ренти (Олейник, 2002).

Норма цілераціональної діяльності – конкретизує норму утилітаризму, пов'язуючи максимізацію результатів діяльності і вирішення конкретних завдань. Ця норма передбачає використання індивідом поведінки оточуючих в якості умов і засобів для досягнення своєї раціонально визначеної цілі (Олейник, 2002).

Норма довіри – норма, що реалізується при формуванні взаємних адекватних очікувань поведінки агентів, що взаємодіють. У своїй деперсоніфікованій формі, коли коло учасників взаємодії не обмежується особисто знайомими індивідами, а емоційні оцінки не є визначальними, довіра дає можливість прогнозувати дії контрагентів на основі коректних очікувань (Олейник, 2002).

Норма емпатії – взаємна готовність учасників міжсекторної взаємодії у кожному конкретному випадку сприймати і розуміти позицію партнера на

основі міркувань доцільності і раціональності, а не на основі емоційної прив'язаності чи особистих вражень (Олейник, 2002).

Норма „позитивної” свободи – полягає у безумовності впливу оточуючих на поведінку агента взаємодії, але при свідомому й раціональному використанні ним цього впливу у своїх цілях (Олейник, 2002).

Норма легалізму – відображає повагу до формальних інститутів вищого порядку (наприклад, законів) і готовність добровільно підкорятися їм (Олейник, 2002).

Програмно-цільовий підхід (у міжсекторному партнерстві) – орієнтація учасників міжсекторного партнерства на певний узгоджений алгоритм дій, спрямованих на конкретний результат.

Конкуренція (у міжсекторному партнерстві) – суперництво між представниками одного сектору за найбільший оптимальний соціальний ефект конкретних економічно доцільних дій. Це суперництво неможливе між представниками різних секторів через взаємодоповнюючу природу останніх.

Інститут експертизи (у міжсекторному партнерстві) – процес встановлення якісних та кількісних характеристик ступеня готовності до спільної реалізації програм, проектів, заходів організаціями, що належать до різних секторів, а також етапів і результатів цих програм, проектів і заходів (Хананашвили, 2003).

Інститут контрактації взаємостосунків (у міжсекторному партнерстві) – передбачає, що будь яка взаємодія учасників міжсекторного партнерства повинна носити формат письмового договірною зобов'язання

Контракт (договір) – угода про обмін правомочностями та їх захист, яка є результатом свідомого і вільного вибору індивідів в заданих інституційних рамках. Інституціональна теорія визнає два види контрактів, диференціюючи їх відповідно до умов здійснюваного обміну. Контракти продажу – контракти, де сторони висловлюються за рівний розподіл ризику й очікуваних вигод. Контракти найму – контракти, згідно яких одна договірною сторона нейтральна до ризику, а інша цілком уникає його, відмовляючись від претензії на

збільшення свого доходу у випадку сприятливої кон'юнктури. При цьому остання передає іншому учаснику взаємодії право контролю над своїми діями (Олейник, 2002).

Комбінаційні механізми міжсекторного партнерства – механізми, використовуються для мобілізації внутрішніх ресурсів територіальної громади з метою вирішення конкретних соціальних проблем соціального розвитку;

Соціальне замовлення – комплекс заходів організаційно-правового характеру з розробки та реалізації загальнодержавних та місцевих цільових соціальних програм і соціальних проектів за рахунок переважно бюджетних коштів шляхом укладення контрактів із недержавними організаціями (передусім, громадськими, рідше – бізнес-структурами) на виконання цих програм або проектів за результатами конкурсного відбору (Брудный, Каминник, Крупник, Костин, 2001).

Аутсорсінг – процес виведення традиційних для компанії (чи запланованих до самостійного виконання) функцій за межі підприємства. Аутсорсінг є способом оптимізації діяльності підприємства за рахунок концентрації зусиль на основному предметі діяльності та передачі непрофільних функцій і корпоративних ролей зовнішнім спеціалізованим компаніям (Лігоненко, Фролова, 2005). Його застосування допомагає підприємствам вирішувати проблеми функціонування та розвитку шляхом скорочення витрат і підвищення якості продукції. За складністю організації аутсорсінгових партнерств і ступенем залучення компанії-аутсорсера в процес, результатом якого є досягнення стратегічних цілей компанії-замовника, аутсорсінгові партнерства класифікують таким чином: 1) повний аутсорсінг – передача сторонньому виконавцю відповідної виробничої чи сервісної ланки в повному обсязі; 2) частковий аутсорсінг – передача певного набору визначених функцій, пов'язаних із виконанням тієї або іншої ланки виробничого чи сервісного процесу; 3) вдосконалений аутсорсінг – передача аутсорсеру декількох, більшості або всіх ланок виробничого і/або сервісного процесу та відповідних функцій (Календжян, 2003).

Державні і муніципальні гранти – це інституційний механізм реалізації партнерства міжсекторної взаємодії, який процедурно близький до соціального замовлення. На відміну від соціального замовлення, яке застосовується у випадку, коли замовнику очевидні проблема і результат, якого слід очікувати від здійснення програми, гранти фінансують проекти, націлені на вивчення ситуації, інноваційні, пілотні програми, коли потрібно локально перевірити дієвість і життєздатність існуючих напрацювань, перш ніж ініціювати їх широкомасштабне впровадження в життя (Хананашвили, 2000).

Громадські слухання – процесом регулярних консультацій державних чиновників із громадськістю щодо прийнятності чи ефективності здійснюваних ними заходів. Передбачає обговорення прийнятих та реалізованих державою проектів, рішень і правових норм – законів (у тому числі про бюджет), указів, постанов, розпоряджень тощо (Хананашвили, 2002).

Лобізм – вплив груп спеціальних інтересів на представників влади з метою ухвалення вигідного для цих груп політичного рішення (Ткач, 2007)

Групи спеціальних інтересів – сукупності індивідів із спільними економічними пріоритетами, керовані виборними стимулами (стимулами вибіркової дії – залежно від внеску у створення блага) (Олейник, 2002).

Лобісти – акредитовані при відповідному державному органі представники груп спеціальних інтересів.

Корпоративна соціальна відповідальність – це добровільний внесок компанії у розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах, пов'язаний безпосередньо з основною діяльністю компанії і такий, що виходить за рамки законодавчо визначеного мінімуму (Асоціація Менеджерів, 2002). Різноманіття корпоративних соціальних ініціатив зводиться до наступного: 1) соціальна реклама – підприємство проводить чи підтримує добродійні кампанії, що зміцнюють соціальну безпеку громади і націлені на боротьбу зі шкідливими суспільними стереотипами та звичками, привертають увагу суспільства до конкретної соціальної проблеми; 2) добродійний маркетинг: компанія спрямовує певний відсоток від обсягів продажу на благодійні цілі;

3) корпоративна стратегічна благодійність (спонсорство, меценатство, надання грантів): підприємство робить безпосередні адресні або нецільові пожертви благонабувачам найчастіше у формі грошових коштів, товарів чи послуг; 4) волонтерська робота у громаді: компанія делегує своїх працівників, заохочує роздрібних торговців і франчайзі безоплатно допомагати місцевим соціальним ініціативам своїми знаннями, контактами, участю у заходах соціального значення; 5) соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу (соціально відповідальна реструктуризація): це свідомий вибір компанією саме такого виробництва, менеджменту, технології, які б сприяли покращенню рівня життя громадян та захисту довкілля (Котлер, Лі, 2005).

Оптимізаційні механізми міжсекторного партнерства – інститути-механізми, особливістю яких є здатність сприяти найкращій із можливих ресурсних комбінацій учасників міжсекторного партнерства. Можна виокремити дві категорії таких механізмів. Формальні субмеханізми фіксуються у правових актах. Їх створення і функціонування є компетенцією держави. Ними можна вважати адекватний правовий режим і податкові преференції для спонукання бізнесу до благодійної діяльності, меценатства, підтримки громадської ініціативи, процесів реалізації соціального замовлення і грантових програм. Неформальні оптимізаційні субмеханізми міжсекторного партнерства можна представити нормами етики, моралі та громадської думки в цілому.

Економіко-організаційні форми міжсекторного партнерства – способи предметної реалізації економічного змісту міжсекторного партнерства, сполучення ресурсних потоків і генерації синергетичного ефекту міжсекторного партнерства. Існує дві сукупності економіко-організаційних форм міжсекторного партнерства: бінарні (від лат. *bīnārius* – двокомпонентний) та інтегральні (від лат. *integer* – цілий). Бінарне міжсекторне партнерство будується, як правило, на двокомпонентних комбінаціях його учасників. Варіанти таких комбінацій передбачають взаємодію: 1) громадських організацій і держави; 2) держави та бізнесу; 3) бізнесу та громадських організацій. На відміну від бінарного, інтегральне партнерство ґрунтується на

пропорційній участі всіх соціальних партнерів.

Теорія ігор – загальний аналітичний підхід до моделювання соціальних ситуацій, при якому детально вивчаються інформованість, можливі дії і мотивації дійових осіб, або гравців, а також наслідки цих дій (Ткач, 2007).

Домінуюча стратегія (у теорії ігор) – оптимальне рішення для гравця незалежно від того, яку стратегію обере його візаві (Олейник, 2002).

Рівновага Неша (у теорії ігор) – ситуація існування домінуючої стратегії для всіх гравців (Олейник, 2002).

Дилема в'язнів – схема, запропонована американськими інституціоналістами для пояснення кооперативних засад соціальної взаємодії. Вона враховує особливості функціонування пенітенціарної системи США, у якій передбачено, що у випадку відсутності прямих доказів вини двох щойно спійманих злочинців і замовчування кожним з них причетності до злочину свого спільника, обох злочинців відпустять на волю за відсутністю складу злочину. Якщо в'язні піддадуться тиску правоохоронних органів, які переконують в існуванні можливості полегшити суворість вироку взамін видачі кожним ув'язненим свого спільника, вирок неминуче чекає на обох. На перший погляд, вигреш кожного в'язня у цій грі полягає у видачі свого побратима, оскільки ніхто з них не впевнений у вірності товариша. Але якщо б в'язні домовилися про мовчання і скоординували свої дії, кожен із них уникнув би вироку.

Специфічний актив – актив, максимальний ефект від використання якого досягається саме в рамках даного контракту (Ткач, 2007).

Трансакція – обмін товарами і різними видами діяльності, юридичними зобов'язаннями угод як довгострокового, так і короткострокового характеру (Прутська, 2003).

Трансакційні витрати – цінність ресурсів, що витрачаються на здійснення трансакцій (Ткач, 2007). Вони поділяються на: витрати пошуку інформації; витрати ведення переговорів. витрати оцінювання, витрати специфікації і захисту прав власності, витрати, пов'язані з опортуністичною поведінкою (Капелюшников, 1990).

Фонд розвитку громади – специфічна організація, утворена за участю державних інституцій в особі органів місцевого самоврядування, бізнесових і громадських організацій для підтримки соціальних програм і проектів у певному територіальному утворенні через акумулювання місцевих ресурсів в єдиний пул і наступного раціонального їх використання (Камінарская, 2000); незалежна громадська організація, що займається акумулюванням й управлінням матеріальних, фінансових та людських ресурсів громади з наступним їх перерозподілом на цілі виробництва соціальних благ і вирішення конкретних соціальних проблем, актуальних для даної громади.

Ендавмент – сума коштів або цінних паперів, які вносяться благодійником у банк або небанківську фінансову установу, завдяки чому набувач благодійної допомоги отримує право на використання процентів або дивідендів, нарахованих на суму такого ендавменту. При цьому такий набувач не має права витратити або відчужувати основну суму такого ендавменту без згоди благодійника (Закон України №889-15 „Про податок з доходів фізичних осіб”). Ендавмент є обов’язковим додатковим джерелом поповнення фінансової частини акумульованого фондом РГ капіталу. Отримані доходи розподіляються на конкурсній основі у вигляді грантів, тоді як сам капітал залишається недоторканим.

Громадська рада – консультативно-дорадчий орган, який створюється і діє при конкретній державній установі з метою здійснення координації заходів, пов’язаних із проведенням консультацій із громадськістю з питань формування та реалізації державної, у т.ч. соціальної, політики. Основу цього органу складає колектив представників громадських і/або бізнесових організацій, а також інших осіб, запрошених державним або муніципальним органом, чи делегованих самими організаціями для здійснення консультаційних і/або експертно-аналітичних функцій (Автономов, Виноградова, Замятина, Хананашвили, 2003).

Ярмарки соціальних проектів – регулярні з’їзди представників громадських організацій, державного сектору та бізнесу з метою пошуку

ресурсного забезпечення соціальних ініціатив ГО. Ці ініціативи, як правило, оформлені як проекти, завданням яких є досягнення певного соціального ефекту (Автономов, Виноградова, Замятина, Хананашвили, 2003).

Соціальний аутсорсінг – організоване на засадах аутсорсінгу соціальне замовлення; аутсорсінг корпоративної благодійної діяльності

Венчурне фінансування – переважно довгострокові інвестиції (5–7 років), які здійснюються у технологічно прогресивні підприємства, організація та діяльність яких у зв'язку з їх інноваційною активністю пов'язана з підвищеним ризиком неповернення вкладених активів (Бунчук, 1999).

Венчурна філантропія або „філантропія тісного контакту” – спосіб довгострокової взаємодії благодійника і бенефіціара, за якої перший для досягнення конкретного соціального ефекту надає можливість другому використовувати не тільки значні фінансові ресурси благодійника, але також його час, знання та досвід, напрацьовані зв'язки і контакти. Бенефіціаром венчурного благодійника у більшості випадків виступає ГО, що здійснює певний соціальний проект або їх сукупність (чи виступає ініціатором і розробником таких проектів), але володіє обмеженими ресурсами для достатньо ефективної (цілковитої) їх реалізації. Характерною рисою моделі є орієнтованість на посилення інституційного й організаційного потенціалу в першу чергу, тих ГО, діяльність яких є соціально орієнтованою, – з метою посилення ефективності їх роботи (Letts, Ryan, Grossman, 1997).

Соціальний венчуринг – використання принципів та технологій венчурного фінансування у соціальній сфері.

Соціальний венчурний фонд – поєднання фінансових, матеріальних та людських ресурсів для цілей венчурної філантропії, що реалізується у межах фондів розвитку громади (в запропонованій нами моделі).

„Бізнес-ангели” – представники заможних бізнесових кіл, що з міркувань отримання в перспективі надприбутку готові ризикувати частиною свого капіталу, вкладаючи його у науково-технічні розробки й дослідження

Інструмент Європейського Сусідства та Партнерства – новий фінансовий інструмент Європейського Союзу, започаткований у 2007 році для сприяння здійснення реформ у країнах-сусідах ЄС, допомоги урядам цих країн з метою створення зони процвітання та добросусідства й більш ефективного використання потенціалу співробітництва (Єврокомісія, 2006).

Регіональна програма міжсекторного партнерства – це комплекс взаємопов’язаних завдань і заходів, визначених за строками виконання, складом виконавців, ресурсним забезпеченням, які спрямовані на розв’язання найважливіших соціальних проблем розвитку окремих адміністративно-територіальних одиниць з використанням механізму міжсекторного партнерства.

Наукове видання

ЗВОНАР ВІКТОР ПАВЛОВИЧ

**МІЖСЕКТОРНЕ ПАРТНЕРСТВО
ЯК МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ
СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ:
концепція для України**

(монографія)

Літературні редактори:

Комп'ютерна верстка:

Підписано до друку. Формат.
Обл.-вид. арк.. Ум. друк. арк.. Тираж. Гарнітура Times.
Друкарня редакційно-видавничого відділу “Вежа”
Волинського національного університету імені Лесі Українки.
43025 м. Луцьк, просп. Волі, 13. Зам.