

Довіра до благодійних
організацій в Україні

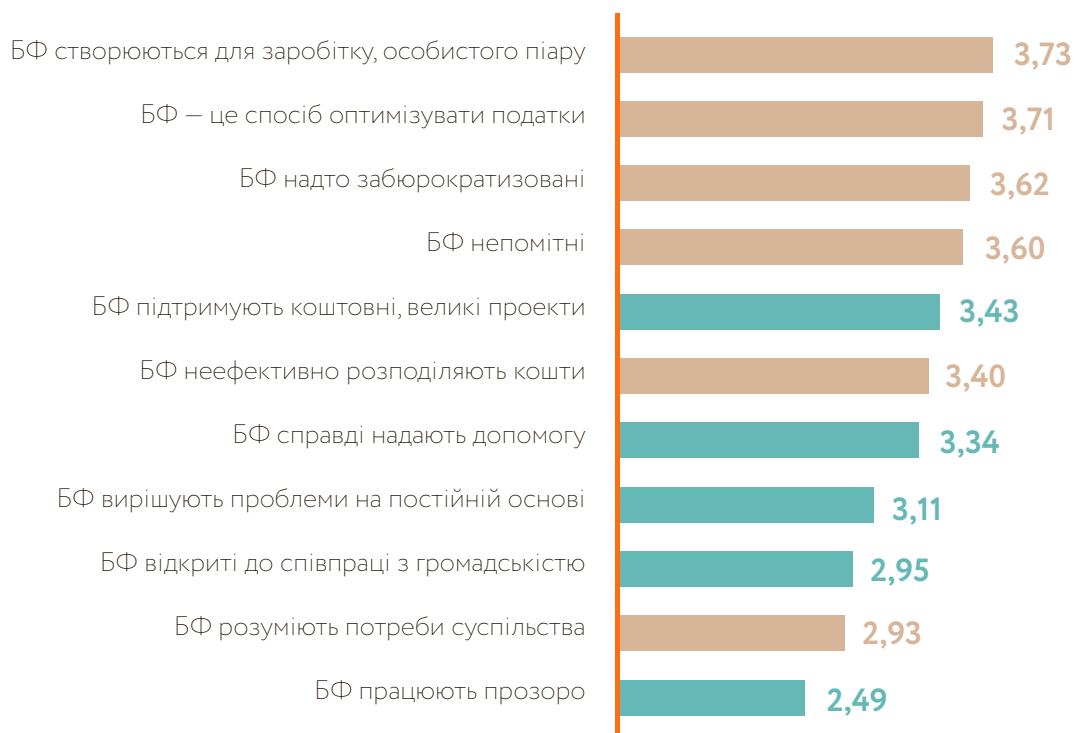
Благодійність у сучасному українському суспільстві загалом сприймається як позитивне явище. Її оцінюють як надзвичайно затребувану та важливу діяльність. Водночас її поширеність на теренах країни визначено як посередню, а власні шанси на отримання допомоги в разі потреби українці оцінюють незадовільно. На цьому тлі легко припустити, що благодійні фонди та організації повинні мати широку підтримку серед населення. Однак результати кількох досліджень, проведених упродовж останнього року Українським центром вивчення громадської думки «Соціоінформ» для Zagoriy Foundation, не дають підстав для такого однозначного висновку.

Рівень довіри українців до благодійних організацій: передумови та наслідки

Насправді **ставлення українців до благодійних організацій суперечливе**. На шкалі від 1 до 5, де 1 – крайній ступінь недовіри, а 5 – цілковита довіра, рівень довіри громадян розташується на позначці 2,9 (тобто її рівень посередній, з ухилом до «недовіри»). Таку оцінку засвідчують результати національного опитування, у якому респондентам запропонували вказати, якою мірою вони погоджуються із низкою тверджень про роботу благодійних фондів.

Рівень згоди з твердженнями щодо діяльності благодійних фондів

за 5-бальною шкалою, де 1 – зовсім не погоджуюсь, а 5 – цілком погоджуюсь



Отже, **імідж благодійних фондів в Україні є швидше негативним, аніж позитивним.** Зокрема, респонденти «швидше погоджуються» з усіма негативними твердженнями про благодійні організації та мають сумніви щодо правдивості позитивних. Єдиною перевагою благодійних фондів, з якою опитані схильні погодитися, є те, що вони фінансують великі й коштовні проекти. Водночас респонденти не вірять у їхню прозорість, незаангажованість, ефективність, вважають надто бюрократизованими. Вагаються респонденти і з відповіддю на запитання, чи справді благодійні фонди надають допомогу на постійній основі, відкриті до співпраці з громадськістю і розуміють потреби суспільства.

З іншого боку, через недовіру до благодійних організацій і фондів українці неохоче жертвують кошти, не готові доєднуватися до їхніх ініціатив як волонтери і навіть остерігаються звертатися до них по допомогу. *«У фонд звернуся лише в найостаннішому, крайньому випадку. Боюся відмови. Або вони можуть пообіцяти, а потім відмовити. Та й незручно якось»*, — висловлює свої міркування під час опитування киянка. **Саме недовіра є тим головним чинником, що стримує розвиток благодійної сфери в Україні в цілому.**

Що з перерахованого є основними стримуючими факторами розвитку благодійності в Україні загалом?



Ці та подібні перестороги змушують благодійний сектор відволікати значний ресурс — не лише фінансовий, а й часовий і креативний — від безпосередньо благодійної роботи на подолання стереотипів, поширених серед населення, і підтримку репутації. Дуже багато зусиль спрямовано на мобілізацію пожертвувань (пошук нових і креативних форм залучення коштів), медійну присутність, наприклад, наповнення сайту, сторінок у соціальних мережах, публічні заходи, інтерв'ю в медіа, а також на звітність (про виконану роботу, витрати, проходження вартісних аудитів).

Не менш важливим наслідком суспільної недовіри до благодійних організацій є часто низький рівень задоволеності від своєї роботи серед працівників благодійних фондів. Висловлювані подяка, повага й підтримка стримують їх від професійного вигорання, надихають на нові звершення, тоді як відсутність зворотного зв'язку або, навпаки, звинувачення у меркантильних намірах демотивують, відтак сприяючи відтоку фахівців зі сфери.

Неочевидним, але дуже важливим наслідком суспільної недовіри до благодійних організацій є спроби останніх попередити звинувачення у меркантильності і скерувати якомога більші суми надходжень безпосередньо на допомогу бенефіціарам. А це призводить до того, що ресурсу на навчання, розвиток і мотивацію персоналу, на організаційний розвиток, а отже, на зростання як власної ініціативи, так і сфери в цілому, не залишається. *«Потрібно змінювати структуру роботи, переглянути своє ставлення до роботи і донести думку до бізнесу, що ми теж експерти, а не робити тільки так, як хоче бізнес. Тобто не лише потрібні гроші на закупівлю обладнання / допомогу, але й на адміністративні витрати»,* — пояснює представник благодійного фонду з Києва.

І нарешті, існують більш глобальні наслідки для всієї галузі. Недовіра до благодійних фондів і організацій спонукає жертводавців перескерувувати матеріальний ресурс в обхід них — через менш професійні і не такі досвідчені волонтерські ініціативи — або на безпосередню допомогу потребуючим. У підсумку кошти можуть використовуватися менш оптимально, не вирішувати проблем стратегічно; в зоні ризику опиняються менш популярні серед населення бенефіціари та великі проекти. *«Під час карантину ініціативні групи зібралися возити продукти. У них немає списків потребуючих. Комуś привозили продукти п'ять разів на тиждень, а комуś жодного разу [не привезли]. І не зрозуміло, чи збережуться після сплеску поставки продуктів»,* — розповідає представниця благодійного фонду зі Львова.

Рівень довіри до благодійних організацій серед експертів: основні відмінності

Якщо індекс довіри до благодійних фондів серед мешканців України загалом становить 2,9 з можливих 5 балів, то серед самих працівників благодійної сфери він сягає 3,4. Таку саму високу довіру до благодійних організацій висловлює експертне середовище, яке у той чи інший спосіб взаємодіє з благодійним сектором: бенефіціари, медіа, влада, бізнес. На їхню думку, благодійні організації виконують украй важливу функцію – опікуються проблемами, які залишилися поза увагою держави. *«Вони роблять неймовірну справу насправді. Вони збирають багато грошей. Вони «закривають» ті проблеми, які з тих чи інших причин не «закриті» державою»,* – дає високу оцінку роботі благодійників представник організації-бенефіціара зі Львова. *«Добре, що вони є. Ті, з якими я стикалася, працюють, вони допомагають»,* – додає представниця бізнесу із Харкова.

Середнє значення довіри, Населення України

за 5-бальною шкалою, де 1 – зовсім не довіряю, а 5 – цілком довіряю

3,33	Міжнародні БФ
3,18	БФ, які створила діаспора
3,17	БФ, які виникли як громадська ініціатива
2,94	Загальноукраїнські БФ
2,92	БФ, які є іменними фондами
2,90	Місцеві БФ
2,52	БФ, які створив бізнес
2,19	БФ, які створили політики

Середнє значення довіри, Працівників благодійних організацій

за 5-бальною шкалою, де 1 – зовсім не довіряю, а 5 – цілком довіряю

3,7	Міжнародні БФ
3,6	БФ, які створила діаспора
3,5	БФ, які виникли як громадська ініціатива
3,1	Загальноукраїнські БФ
2,8	БФ, які є іменними фондами
3,1	Місцеві БФ
2,6	БФ, які створив бізнес
1,8	БФ, які створили політики

Водночас експерти не схильні довіряти фондам огульно. Так, опитані в рамках дослідження перераховують значну кількість ризиків співпраці із благодійними фондами і зауважують, що не всі вони однаково порядні. *«Я поділю так: 97–98% — це шахраї, 2–3% — це реально діючі благодійні фонди. Особливо приватні — це більше так, прикриття якоїсь діяльності або лобіювання чогось»,* — вважає підприємець зі Львова.

Очевидно, що довіра до благодійних фондів і серед населення, і серед експертів не є безумовним ставленням. *«Швидше не довіряють»* благодійним фондам, створеним політиками та бізнесом. *«Швидше довіряють»* міжнародним благодійним фондам. Рівною мірою як довіряють, так і не довіряють загальноукраїнським та місцевим фондам, які виникли як громадська ініціатива.

Разом із тим фокус-групові дослідження і глибинні інтерв'ю дають підстави стверджувати, що **довіра українців до благодійних фондів визначається не так сегментом, до якого вони належать, як репутацією кожного окремого гравця.** *«Якщо я їх знаю, якщо бачу діяльність, знаю персонально людей, то я довіряю. Невідомим не довіряю»,* — резюмує думку багатьох опитаних представник влади зі Львова.

Порівняння причин недовіри до благодійних організацій серед населення та експертів

Учасники фокус-групового дослідження спробували пояснити свою недовіру до благодійних фондів, тож їхні міркування можуть прояснити витоки такого суспільного ставлення. Перш за все серед населення поширена думка про те, що **благодійні фонди створюються переважно задля досягнення меркантильних цілей**. Зокрема, їх підозрюють у збиранні коштів для власного використання. *«Там керівник фонду може поставити собі будь-яку платню — хоч 100 тисяч. І виходить так: приходить мільйон — і половина з цих грошей іде, бо треба заплатити зарплату, податки, а решті — лише залишки. Вони годуються з цієї справи»,* — робить підрахунки у своїй уяві учасник фокус-групи з Києва. Фонди, засновані політиками, підозрюють у намаганнях підкупити виборців, а започатковані підприємцями — у прихованій цілі покращити власний імідж або оптимізувати оподаткування. *«У мене є сумнів, що вони не обкладаються податками і там можуть крутитися свої бізнеси»,* — розмірковує мешканець Чернігова. Крім того, учасники фокус-групового дослідження висловили припущення, що кошти у таких фондах примусово збираються зі звичайних людей (наприклад, через штучно завищені тарифи / ціни або зловживання владою). *«У мене така асоціація: ось у нього є ящик, він одне яблуко віддав і ще по телевізору показав, що от який він хороший. Та й сума, виділена на благодійність, вона в прибутковість закладена вже, в те, що вони там виробляють, а ми купуємо»,* — говорить житель Херсона.

До речі, представники благодійного сектору (працівники фондів) не заперечують наявності деяких зловживань у сфері. Найбільш поширеними з них названо нераціональний розподіл допомоги (про значні масштаби явища говорять 30% респондентів); нецільове використання благодійних коштів благодійними організаціями (27%) та отримувачами допомоги (24%). Рідше респонденти чули про «відкати» тим, хто надає допомогу (15%) чи отримує її (13%).

Не подобається учасникам фокус-груп й те, що фонди утримують частину пожертвуваних коштів на функціонування організації, тоді як безпосередня допомога потребуючим забезпечує передавання 100% допомоги. *«Фонд — це і транспортні засоби, і якісь приміщення, і обладнання, і інше. І виходить так: ось приходить мільйон, і половина цих грошей іде, тому що треба заплатити зарплату, податки, а іншим ось тільки це [залишається]»,* — пояснює свою позицію один із учасників опитування з Києва.

Не довіряють благодійним фондам і організаціям ще й тому, що їхня діяльність є непомітною для широких верств населення. **Надто мало інформації про надану допомогу й ефективність роботи фондів.** До того ж вони часто не звітують про виконану роботу. *«До них довіра впала. Основна причина в тому, що вони збирають гроші, а результат свій не показують. Чи не звітують. Якщо я дав гривню, ти вклади її і покажи, куди [вклав]. Я маю бачити кінцевий результат»,* — аргументує свою недовіру до благодійних організацій мешканка Харкова. *«Не вірю. Наші люди не звертаються до фондів, коли захворіли, а звертаються до громади, щоб люди з села помагали. Ще я не чув, щоб якийсь фонд поміг тій чи тій людині. Вони не допомагають»,* — впевнений респондент, який мешкає в одному з сіл на Львівщині.

Важливою перешкодою для формування довіри до благодійних організацій і фондів, за словами опитаних у рамках дослідження, є **«закритість» і «віддаленість» благодійних фондів від звичайного українця.** Їх часто сприймають як складні й незрозумілі інстанції, до яких складно підступитися. Багато хто не знає, куди потрібно звертатися у разі потреби, які існують підстави для надання допомоги — здебільшого через те, що люди не бачать успішних кейсів у своєму оточенні.

Поширена думка, що фонди надто забюрократизовані, тоді як друзі, сусіди і колеги здатні допомогти швидко і без зайвих питань. *«Ми навіть не знаємо, куди звертатися потрібно і як це документально оформляти. Заяву якусь писати? Діяльність досить непрозора і незрозуміла»,* — ділиться міркуваннями жителька Харкова.

Довіра до Благодійних Організацій в Україні

«Люди не розуміють принципу виділення коштів. От фонд з питань освіти. Як він обирає тих п'ятьох студентів, які кудись поїдуть? Через закритість фонду люди не бачать [їхньої роботи]», — додають респонденти-львів'яни.

Підірвали довіру до благодійних фондів і **скандали за участі благодійних фондів**, що раз у раз спалахують в інформаційному просторі. В українців досі в пам'яті скандальна ситуація навколо проекту «Дитяча лікарня майбутнього». *«Фонд дружини Ющенко не можуть знайти... Ось збирали гроші всією країною на дитячу лікарню... Тому що у нас корупція така, що не можуть вони не красти. Ось коли когось посадять, ту ж дружину Ющенко, і пересадять всіх в її оточенні, тоді і фонд знайдеться, і гроші знайдуться, повернуться, ось тоді я повірю», — емоційно заявляє один із учасників фокус-групового дослідження з Дніпра.*

Зрештою, у країні настільки **поширена корупція**, що багатьом важко уявити, що існують структури, яких корупція не торкнулася. *«Якщо у нас у державі багато над чим немає контролю, то там зовсім немає ніякого контролю. Напевно, там взагалі нічого не чесно. Збирається, акумулюється і десь дівається. Може, не всі, але більшість, напевно, корупційні», — впевнений житель села на Херсонщині. Експерти медіа-сфери наголошують, що зміцненню цього стереотипу сприяють викривальні журналістські розслідування, тоді як позитивно акцентована благодійна тематика висвітлюється дуже дозовано.*

Не сприяє довірі до благодійних організацій і діяльність низки благодійних фондів, створених при лікарнях, школах, садках тощо. Вони не мають нічого спільного з благодійністю, оскільки працюють із **«добровільно-примусовими» пожертвуваннями**. Проте саме з цими формами найчастіше стикаються пересічні громадяни.

Подекуди учасники дослідження нарікають на те, що благодійні фонди **відмовляють у допомозі або що їхня допомога є надто дріб'язковою**. *«Вони володіють великими сумами грошей, нехай якісь мільйони... або скільки вони там усі разом отримують за це? А відправляють на лікування чотири людини», — розмірковує житель Херсона.*

А лідери довіри — міжнародні благодійні фонди — у зв'язку з поширеністю серед широких прошарків населення різноманітних «теорій змови» часто підозрюються у тому, що вони є **агентами іноземного впливу**.

«Ми одне питання упустили... У нас є так звані «грантоїди», які начебто щось і для суспільства намагаються [зробити], але при цьому відстоюють інтереси іншої держави», — говорить учасник дослідження з Чернігова.

Експерти зауважують ще кілька причин, які підривають довіру до організацій у сфері благодійності. По-перше, це **відсутність культури взаємодії між благодійними фондами**, конкуренція за ресурс та ідеї. *«Є дуже багато фондів-двійників, які беруть і списують стратегію, списують модель. Ми, наприклад, щось виставили, придумали, довго думали, а дивимося: той фонд уже забрав собі і виставляє це за своє і вже робить. Тобто ті фонди не мають [власних] ідей», — розповідає представниця благодійного фонду зі Львова.* По-друге, це несистемна діяльність, а саме намагання благодійного сектору якнайшвидше закрити потребу, а не усунути передумови її виникнення.

Способи підвищення рівня довіри до благодійних фондів

Обговорюючи способи підвищення довіри до благодійних фондів, респонденти з обох груп – представники широкої громадськості і експертного середовища – були суголосні у своїх міркуваннях. І ті, і інші до найважливіших кроків віднесли **інформування про результати роботи фонду, наявність фінансової звітності та прозорі правила отримання допомоги.**

Що стосується звітності, то експерти наголошують на важливість проведення благодійними фондами зовнішнього і внутрішнього аудитів. Такі аудити /дослідження мають проводитися не лише задля перевірки фінансової звітності, а й для вивчення потреб суспільства / аудиторії, на яку скерована робота фонду, а також оптимізації його роботи. Оскільки такі заходи можуть потребувати значних коштів, благодійні організації з обмеженим фінансуванням можуть залучати до контролю представників громадського суспільства, фінансувати спільні дослідження або активніше працювати з соціальними мережами. Зрештою, аудити здатні застерегти суспільство від шахрайства у цій сфері. *«Ми стільки аудитів проходимо. Платимо. А є організації-одноденки, які просто ламають цю систему. Я б ввела акредитацію для організацій»*, – міркує над проблемою представниця одного з львівських благодійних фондів.

Благодійні організації мають виявляти більше ініціативи у роботі з медіа, вчитися презентувати себе і свою роботу. Слід активніше працювати у соціальних мережах не лише з метою висвітлення діяльності, але й задля залучення громадськості до благодійності.

На думку експертів, сприятимуть підвищенню довіри до благодійних фондів такі чинники:

- **Публічність.** Ідеться про відкритість інформації про засновників, працівників фонду та донорів. Важливі також інформування про діяльність фонду, висвітлення конкретних історій, оприлюднення річних звітів.
- **Прозорість і доступність.** Прозорі правила отримання допомоги, справедливі принципи ухвалення рішень про розподіл коштів, створення майданчиків для відгуків клієнтів фонду та партнерів.
- **Налагодження різних каналів зворотного зв'язку:** телефонної лінії, каналу у месенджерах тощо.
- **Кооперація у сфері благодійності:** благодійних організацій між собою — заради досягнення спільної мети; благодійних організацій та влади, бізнесу, медіа, бенефіціарів — для синхронізації зусиль і кращого розуміння потреб громади.
- **Активна агітація громадськості до волонтерської участі,** у тому числі залучення до волонтерських робіт тих, хто отримує допомогу.
- **Створення асоціації благодійних фондів,** яка б мала повноваження контролювати діяльність благодійних фондів та стала гарантом їхньої благонадійності.

І все ж пам'ятаймо, що основною передумовою довіри є сумлінно виконана робота. *«Фонд, який всі знають. Фонд, який показав свою роботу. Я знаю про його результати, про його роботу — такому можна довіряти»,* — ілюструє цю думку респондентка з містечка на Житомирщині. Водночас показати цю роботу можливо через звітність та активну присутність у ЗМІ, а також шляхом активного спілкування з людьми.