

Критерії оцінки благодійності громадськістю, ЗМІ та державними органами

Сербин Руслан Андрійович, кандидат юридичних наук, старший науковий співробітник, начальник докторантури та ад'юнктури (Національна академія внутрішніх справ)

У зв'язку із зміною політичної та економічної системи в Україні почався процес активізації діяльності громадян не тільки в галузі підприємництва, але і в соціальній сфері. Перехід від командно-адміністративної системи до ринкової економіки позначився процесом загострення економічної кризи. Поряд із відродженням підприємництва посилюється процес розшарування суспільства та виявились окремі групи населення, які потребують допомоги та захисту. Держава, яка в останній час намагалася вирішувати проблеми соціального захисту населення, сьогодні постала перед необхідністю залучення до вирішення цих проблем недержавних утворень [1, с. 1].

Слід відзначити, що законодавство не встановлює чітких вимог щодо звітності благодійних організацій та її оприлюднення. Інформаційні запити окремих донорів задовольняються згідно з загальним законодавством про інформацію та про звернення громадян [2].

Втім, обов'язковим визнано посилення судового захисту від завдання благодійним організаціям моральної шкоди поширенням безпідставних відомостей про їх причетність до відмивання грошей, виборчу агітацію та інші вчинки, що суперечать цілям донорів та благодійності в цілому.

Щоб урівноважити вплив негативної інформації про благодійність, необхідні PR-акції, реклама через професійні об'єднання благодійних організацій та освітні програми для журналістів, які висвітлюють практичні результати благодійності. Рекомендовано залучати до цих акцій незалежних експертів, аудиторів та маркетологів.

Для залучення ЗМІ ефективною визнано їх участь як інформаційних спонсорів, участь журналістів у семінарах, участь у благодійних заходах представників місцевих органів влади (як правило, їх супроводжують представники ЗМІ), яскраві інформаційні приводи, а також особисті зв'язки керівників благодійних організацій.

Серед основних критеріїв, які дозволяють громадськості, засобам масової інформації та політичним діячам оцінювати ефективність благодійності та, мовляв, "кредитні історії" благодійних організацій, згадано такі:

- успішне розв'язання місцевих проблем ("реальні справи" та "історії успіху");
- цільове використання коштів;
- кількість залучених ресурсів;
- прозорість і своєчасність звітів благодійних організацій [2].

Отже, для ефективної оцінки благодійності громадськістю, ЗМІ та державними органами, слід враховувати декілька обов'язкових аспектів:

- сновним критерієм для оцінки благодійної діяльності визнано своєчасну і повну звітність благодійних організацій;
- ля адекватної оцінки благодійності необхідно застосовувати ефективні засоби реклами і маркетингу, особливо у відносинах із засобами масової інформації і донорами;
- незалежна експертиза та/або аудит цільового використання залучених ресурсів та інших показників ефективності благодійності ("кредитних історій") є важливим засобом підвищення довіри громадськості до благодійності.

Список використаних джерел:

1. Чепурнов В. О. Правовий статус благодійних установ та товариств за законодавством України: дис... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Чепурнов Вадим Олександрович. НАН України; Інститут держави і права ім. В. М.Корецького. - К., 2004.- с. 19.

2. Винников О. Головні проблеми діяльності благодійних фондів та шляхи їх подолання. Висновки за матеріалами дослідження / О. Винников // [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ucipr.kiev.ua/publications/golovni-problemi-diialnosti-blagodiinikh-fondrv-ta-sbliakhi-pkh-podolanma-visnovki-za-materiala:mi-dosHdzhenma>.