

**Заключительный отчет по итогам реализации
социального проекта и (или) социальной программы**

1. Полное наименование неправительственной организации: Объединение юридических лиц «Казахстанская Ассоциация Даму»
2. Фамилия, имя, отчество (при наличии) руководителя неправительственной организации: Битебаева Анара Аргыновна
3. Юридический адрес, контактный телефон: Республика Казахстан, город Астана, проспект Кошкарбаева, 45, конт.т.+ 7702 302 77 37
4. Наименование социального проекта, социальной программы в рамках реализации гранта (направление): Эффективная благотворительность
5. Дата начала и окончания периода реализации социального проекта и/или социальной программы: 14.03.2023г.-31.12.2024г
6. Общая сумма средств, выделенная на реализацию гранта: 34 408 000 (тридцать четыре миллиона четыреста восемь тысяч) тенге

1. Опишите мероприятия в рамках социального проекта

Задача 1. Организация работы постоянных коммуникационных и экспертных площадок, где будут представляться, обсуждаться и поддерживаться идеи проектов: публичные встречи, конференции, итоговые мероприятия и встречи с инвесторами. Организация работы консультационного центра (организация панельных сессий на конференции с целью обучения и повышения профессионального уровня сотрудников и руководства НПО и инициативных групп). Обмен опытом по внедрению новых подходов в сфере благотворительности на региональном и республиканском уровнях

Мероприятие 1

Однодневная конференция-форум с участием лидеров социальных проектов Республики Казахстан, спонсоров, меценатов, публичных личностей, инвесторов и других участников.

Повышение эффективности благотворительности.

Популяризация благотворительной деятельности

Совершенствование законодательства и подготовка предложений в сфере благотворительности.

Тема: «Пересборка стратегий: адаптация к переменам»

Проведение Public talk- в формате публичных встреч и интервью с известными людьми и специалистами в сфере благотворительности.

23 октября 2024 года состоялась конференция-форум. Мероприятие объединило более 100 участников, среди которых лидеры социальных проектов, спонсоры, меценаты, публичные личности, благотворительные организации, инвесторы и представители СМИ. Форум был направлен на повышение эффективности благотворительности, популяризацию благотворительной деятельности, совершенствование законодательства и выработку предложений в этой сфере. Форум прошел в формате Public talk, включавшем публичные встречи и интервью с известными людьми и специалистами в области благотворительности. Программа включала 3 панельные сессии и выступление 15 спикеров, которые осветили ключевые вопросы в области благотворительности и социального развития:

Панельная сессия 1

Тема: «Благотворительность и ESG: Стратегии для устойчивого развития»

1. Шарапиев Чингиз Баймухаметулы — директор КФ «Фонд «Казахстан Халқына»,
2. Жумагулова Анар Шакаровна — директор корпоративного благотворительного фонда Zhyly Zhurek (Beeline Казахстан),
3. Ногойбаев Канат Зоорбекович — руководитель отдела по связям с общественностью в области устойчивого развития компании inDrive,
4. Асанова Гульжан Сатылхановна — национальный директор корпоративного фонда «SOS Детские деревни Казахстана»,
5. Каражан Ерлик Нариманұлы — директор рейтингового агентства ESGQ

Панельная сессия 2

Тема: «Законы и регуляции в области благотворительности: влияние на прозрачность и доверие»

6. Султанова Гульбара Бекетовна — председатель Комитета по делам гражданского общества Министерства культуры и информации РК,
7. Клышбаев Асет Асилбекович — управляющий директор Фонда поддержки президентских инициатив «Дара»,
8. Еськова Наталья Николаевна — вице-президент по коммуникациям БФ «АЯЛА»,
9. Ербосынов Темирлан Абзалұлы — менеджер по мониторингу и оценке ЧФ «Фонд Булата Утемуратова»

Панельная сессия 3

Тема: «Экстренная помощь и благотворительность: формирование эффективной стратегии трехстороннего партнерства в условиях чрезвычайных ситуаций»

10. Айтмагамбетов Марат Темиргалиевич - Директор Фонда Булата Утемуратова
11. Исмаилов Мадия Амангельдович - Директор КФ «ERG Komek»
12. Шункеев Сагинбек Куанышбекович - Директор благотворительного фонда «Халык»
13. Миронюк Татьяна Александровна - Исполнительный директор ОЮЛ «Национальная волонтерская сеть»
14. Кушербаев Досбол Айтбайұлы – Заместитель генерального директора Фонда развития социальных проектов «Samruk-Kazyna Trust»

Модераторы:

1. Ксения Вербя – Эксперт по благотворительности и социальным инвестициям
2. Аймурзина Айнура Женисбековна - CEO Dos.community
3. Лима Диас – Председатель Правления НАО «Центр поддержки гражданских инициатив»

Программа также включала один мастер-класс на тему: Эффективные подходы к коммуникациям в благотворительном секторе: вовлечение и взаимодействие. Спикером мастер-класса выступила Кожакоева Асель Булатовна-основатель агентства Red point Kazakhstan. В ходе программы на форуме были продемонстрированы 3 видеоролика, направленных на развитие культуры благотворительности и предотвращение мошеннических операций.

1. Демонстрация видеоролика на казахском и русском языке об интеграции ESG- принципов в благотворительность для создания более эффективных и устойчивых инициатив https://disk.yandex.kz/d/LBRysYoI9Q2mmA/Forum_Blago_Rolik_3_Закон.mp4
https://disk.yandex.kz/d/LBRysYoI9Q2mmA/Forum_Blago_Rolik_1_ESG_KAZ.mp4

2. Демонстрация видеоролика на казахском и русском языке о законодательных изменениях и предотвращении мошеннических операций в сфере благотворительности
https://disk.yandex.kz/d/LBRysYoI9Q2mmA/Forum_Blago_Rolik_2_%D0%9F%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D1%89%D1%8C.mp4
https://disk.yandex.kz/d/LBRysYoI9Q2mmA/Forum_Blago_Rolik_2_%D0%9F%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D1%89%D1%8C_KAZ.mp4

3. Демонстрация видеоролика на казахском и русском языке об успешных примерах помощи и поддержки пострадавших в условиях частых чрезвычайных ситуаций
https://disk.yandex.kz/d/LBRysYoI9Q2mmA/Forum_Blago_Rolik_3_%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD.mp4
На Казахском языке
https://disk.yandex.kz/d/LBRysYoI9Q2mmA/Forum_Blago_Rolik_3_%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD_KAZ.mp4

В рамках форума был организован и проведен Public Talk среди спикеров форума и сняты 4 интервью с экспертами:

- 1) Ногойбаев Канат Зоорбекович -Руководитель по связям с общественностью в области устойчивого развития компании inDrive
https://www.instagram.com/p/DC_tITjimhq/
 - 2) Шарапиев Чингиз Баймухамбетұлы- Директор КФ «Endowment Qazaqstan Halqyna»
https://www.instagram.com/p/DC_uT62iAPe/
 - 3) Жумангулова Анар Шакаровна- Директор корпоративного благотворительного фонда Zhyly Zhurek foundation (Beeline Казахстан)
<https://www.instagram.com/p/DDUjECACoPY/>
 - 4) Шункеев Сагинбек Куанышбекович - Директор благотворительного фонда «Халык» <https://www.instagram.com/p/DDUjIN3iW4o/>
- Разработали и согласовали программу проведения форума на двух языках. Был разработан пакет рекомендаций в сфере благотворительности направленный на развитие благотворительности в стране.

1. Создание прозрачных механизмов распределения средств

Одной из ключевых задач благотворительных организаций является укрепление доверия со стороны населения и доноров. Для этого необходимо:

- Внедрить прозрачные механизмы учета и распределения средств, включая детализированные публичные отчеты о расходах и поступлениях.
- Разработать системы автоматизированного учета, чтобы каждый жертвователь мог отслеживать, как используются его средства.
- Проводить регулярные независимые аудиторские проверки, результаты которых будут доступны общественности.
- Организовать обратную связь с донорами и благополучателями через онлайн-платформы, где они смогут оставлять отзывы и предлагать улучшения.

2. Акцент на локальные инициативы

Локальные проекты обеспечивают адресную помощь и наиболее видимые результаты. Осуществление благотворительности на местах включает:

- Проведение исследований для определения актуальных проблем местного сообщества.
- Запуск программ поддержки, направленных на социальную адаптацию малообеспеченных семей, улучшение условий образования и здравоохранения.
- Развитие инфраструктуры, например, ремонт школ, детских садов и медицинских учреждений.
- Содействие в создании рабочих мест для социально уязвимых категорий населения, включая обучение и поддержку малого бизнеса.

3. Образовательные кампании для населения

Обучение и информирование играют ключевую роль в развитии благотворительности:

- Организация тренингов для волонтеров, сотрудников организаций и благополучателей по различным направлениям.
- Проведение вебинаров и семинаров для доноров, направленных на повышение их вовлеченности и грамотности в вопросах благотворительности.
- Освещение в СМИ и социальных сетях успешных кейсов, чтобы вдохновить других на участие.
- Разработка образовательных материалов, включая брошюры, видео и онлайн-курсы, которые помогут лучше понимать цели и ценности благотворительности.

4. Развитие партнерств с бизнесом и государством

Сотрудничество с различными секторами экономики усиливает эффективность благотворительных инициатив:

- Взаимодействие с корпоративным сектором для совместного финансирования проектов и привлечения ресурсов.
- Поддержка со стороны государственных структур, включая организацию мероприятий, помощь в продвижении и правовую поддержку.
- Создание благотворительных альянсов, объединяющих усилия разных организаций для решения масштабных задач.
- Привлечение меценатов и спонсоров для целевой помощи, например, через налоговые льготы.

5. Использование цифровых технологий

Современные технологии открывают новые возможности для благотворительности:

- Разработка мобильных приложений и онлайн-платформ для сбора пожертвований и информирования о результатах проектов.
- Проведение краудфандинговых кампаний, позволяющих привлекать финансирование для конкретных инициатив.

- Активное использование социальных сетей для продвижения мероприятий, распространения информации о проектах и привлечения волонтеров.
- Внедрение аналитических инструментов для оценки эффективности кампаний и улучшения стратегии.

Заключение

Реализация предложенных рекомендаций существенно повысит эффективность благотворительных инициатив и позволит значительно усилить доверие общества к организациям, работающим в сфере социальной ответственности. Систематический подход к благотворительности, основанный на прозрачности, партнерстве и активном использовании современных технологий, станет важным шагом в развитии социального сектора. Эти меры помогут не только повысить осведомленность о значении благотворительности, но и создать устойчивую основу для долгосрочного развития и успешной реализации социальных программ. Важно, чтобы благотворительные организации продолжали следовать этим принципам, активно внедряли инновационные практики и продолжали развивать связи с обществом, что обеспечит укрепление культуры благотворительности и социальной ответственности в долгосрочной перспективе.

Подготовлен фотоотчет более 15 фотографий проведения форума, создано и опубликовано 15 публикаций в социальных сетях и СМИ, также опубликовано 3 видеоролика, которые транслировались на форуме и распространялись через социальные сети и YouTube.

СМИ

1) Награды благотворителям и меценатам вручили в столице

<https://24.kz/ru/news/social/item/677085nagrady-blagotvoritelyam-i-metsenatamvruchili-v-stolitse>

2) Астанада жомарт әрі қайырымды жандарға құрметті атақ берілді

<https://qazaqstan.tv/news/201439/>

3) Қайырымдылық саласындағы құрметті атақ иелері марапатталды

<https://24.kz/kz/zha-aly-tar/kogam/item/677086-ajyrymdylsalasynda-y-rmetti-ata-ieleri-marapattaldy>

4) Награды благотворителям и меценатам вручили в столице

https://www.youtube.com/watch?v=FQ2CgLXrAwk&ab_channel=%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB24kz

5) Елордада меценаттарға құрметті атақ тапсырылды <https://kazgazeta.kz/news/153190>

6) В Астане награждены обладатели почетного звания в сфере благотворительности <https://optimism.kz/2024/10/23/v-astanenagrazhdeny-obladateli-pochetnogozvaniya-v-sfere-blagotvoritelnosti/>

7) Благотворительный Фонд “Налык” удостоен звания “Қайырымдылық үшін” https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/bl_agotvoritelnyiy-fond-halyk-udostoenzvaniya-551932/

8) Қазақстанда бір жылда 80 мыңнан аса адамға қайырымдылық жасалған <https://kaz.inform.kz/news/kazakstandabr-zhilda-80-minnan-asa-adamgakayirimdilik-zhasalgan-e99bc5>

9) Большие дела добрых сердец <https://kazpravda.kz/n/bolshie-deladobryh-serdets/>

10) Астанада қайырымдылық және меценаты форумы өтті <https://kznews.kz/zhanalyqtar/astanadaqajyrymdylyq-zhane-mecenattar-forumyotti/>

11) Казахстану необходима устойчивая экосистема благотворительности и меценатства

<https://www.zakon.kz/pressrelizy/6453713-kazakhstanuneobkhodima-ustoychivaya-ekosistemablagotvoritelnosti-i-metsenatstva.html>

12) Астанада өткен форумда Қазақстанда қайырымдылық жасау мәдениетін дамытудың маңызы туралы айтылды

<https://kaz.zakon.kz/baspasoz-habarlary/6051299-astanada-tken-forumda-azastanda-ayyrymdyly-zhasau-mdenietn-damytudy-mayzy-turaly-aytyldy.html>

13) Елордада меценаттарға құрметті атақ тапсырылды «Шұғыл көмек пен қайырымдылық».

<https://elordainfo.kz/madeniet/elordadamecenattar-a-rmetti-ata-tapsyryldy>

14) Астанадағы Қайырымдылық және меценаттар форумының қорытындысы <https://ozgeris.info/shugyl-komek-penkaikyrymdylyk-astanadagy-kaikyrymdylykzhane-meczenattar-forumynynkorytyndysy/>

15) Республика күні қарсаңында қайырымды жандардың форумы өтті <https://qandastar.kz/respublika-kunikarsanynda-kajyrymdy-zhandardynforumy-otti/>

YouTube

<https://youtu.be/BSkcputAsmE?si=i7q7AXt-ewjTH00t>, https://youtu.be/4UXJVjJ8GMM?si=g_LZJWBT9_nEzNvX,

https://youtu.be/_ul6uRiJJOU?si=1q0Jn2TmAUoJx-f5, https://youtu.be/PXk5wx3iz64?si=qXPRn3i_HcpRUpc,

https://youtu.be/RqEiTPr_OEY?si=Igg2kZXBbmzjxWch, <https://youtu.be/pGOR3Nzn5I8?si=BeQtiRqnj1mc7wg->

Мероприятие 2

Онлайн-конференция для представителей НПО.

Тема: «Эффективная благотворительность: решаем задачи вместе». Знакомства с лучшими практиками по объединению сообществ в решении социальных задач, обсуждение трудностей

5 сентября в городе Астана в формате онлайн-конференции на платформе zoom для представителей неправительственных организаций на тему «Эффективная благотворительность: решаем задачи вместе» была проведена онлайн-конференция. Конференция объединила более 118 участников из числа представителей НПО из 17 регионов и 3 городов республиканского значения. Участники познакомились с лучшими практиками объединения сообществ для решения социальных задач, а также обсудили актуальные трудности, с которыми сталкиваются НПО. На мероприятии выступили 3 спикера, представившие презентации, доклады и тезисы своих выступлений.

Спикеры:

Мухамеджанова Дина-Председатель Ассоциации деловых женщин СКО, эксперт в сфере благотворительности

Тажимуратова Маржан- Член Ассоциации деловых женщин СКО, эксперт в сфере привлечения средств и ресурсов для поддержки благотворительных и социальных проектов.

Сагнаева Айымгуль- Практикующий коуч. Работает с некоммерческими проектами и информирует о грантах, поддержке и возможностях для благотворительных инициатив.

В рамках конференции были представлены более 10 скриншотов фото и видеозаписи конференции. Участники оставили более 10 положительных отзывов, отметив актуальность темы и полезность представленных практик. Ссылка на видео запись с zoom прилагается <https://disk.yandex.com/d/eZietF147nh4Dw>

Задача 2 Организация работы консультационного центра, с целью обучения и повышения профессионального уровня сотрудников и руководства НПО и инициативных групп. Проведение серии мастер классов и онлайн -вебинаров. Обмен опытом по внедрению новых подходов в сфере благотворительности на региональном и республиканском уровнях.

Мероприятие 1

Онлайн-вебинар для представителей НПО. Тема: ПРОдвижение НПО

Организация работы консультационного центра, с целью обучения и повышения профессионального уровня сотрудников и руководства НПО и инициативных групп.

Разбор актуальных инструментов и возможностей для продвижения НПО в социальных сетях Instagram, Facebook

5 сентября в городе Астана в формате онлайн-конференции на платформе zoom состоялся онлайн-вебинар для представителей неправительственных организаций на тему «ПРОдвижение НПО». Вебинар был посвящен организации работы консультационного центра для обучения и повышения профессионального уровня сотрудников и руководства НПО, а также инициативных групп. Особое внимание было уделено разбору актуальных инструментов и возможностей для продвижения НПО в социальных сетях Instagram и Facebook. В мероприятии приняли участие более 100 человек. На вебинаре спикером выступила Петухова Анастасия- международный эксперт,эксперт по работе с партнерами Gg коммуникациям, представивший свой профессиональный опыт и рекомендации, которые вошли в резюме. Спикер представила презентации, доклады и тезисы, раскрывающие ключевые техники и подходы к эффективному продвижению. Для участников был подготовлен электронный методический сборник, включающий актуальные техники и инструменты для продвижения НПО в социальных сетях. По итогам мероприятия был приложен фотоотчет, содержащий более 10 фотографий. Участники оставили не менее 10 положительных отзывов, отметив практическую значимость полученных знаний и материалов. Ссылка на видео запись с zoom прилагается <https://disk.yandex.com/d/eZietF147nh4Dw>

Задача 3. Информационная кампания по популяризации успешных практик оказания благотворительной помощи посредством SMM продвижения, подготовки видеороликов, публикации материалов в СМИ

Мероприятие 1

Разработка концепции и запуск образовательного проекта («Умная благотворительность»)

Была разработана концепция и успешно запущен образовательный проект «Умная благотворительность» в социальной сети Instagram. В рамках проекта было опубликовано более 30 постов. https://www.instagram.com/aqyldy_komek/profilecard/?igsh=bDRiczVvYXY2NnR3 Посты посвященны ключевым аспектам умного подхода к благотворительности. Каждый пост раскрывал важные темы, ориентированные на повышение осведомленности аудитории и развитие культуры осмысленного участия в социальных инициативах. Проект стал важным шагом в продвижении идей эффективной благотворительности через современные цифровые платформы.

Мероприятие 2

Создание и производство познавательных роликов

В рамках проекта были созданы и произведены познавательные видеоролики на тему импакт-инвестиций. Видеоролики выпущены на двух языках, которые были опубликованы в социальных сетях и на канале ютуб. Видеоролики были сняты по следующим темам:

- 1) «Импакт-инвестиции или новая реальность»

https://www.instagram.com/reel/C864PSaCwJR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

https://www.instagram.com/reel/C864pVOCauV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

- 2) «Инвестируй с пользой»

https://www.instagram.com/reel/C87Axt1CAVZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

https://www.instagram.com/reel/C87BB1riIaM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

- 3) «Тренд или новая реальность»

https://www.instagram.com/reel/C87CjXjiaj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

https://www.instagram.com/reel/C87Cskik8E/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

- 4) «Импакт -инвестиции могут быть направлены на разные сферы: здравоохранение, экология, социальные проекты, образование».

https://www.instagram.com/reel/C86_PCSi4H6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

https://www.instagram.com/reel/C86_1HNiIU1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

Ролики раскрывали ключевые аспекты импакт-инвестирования, привлекая внимание к его значимости и перспективам. Проект стал важным шагом в популяризации этого направления и расширении его аудитории через современные медийные платформы.

Мероприятие 3

Активизация благотворительной деятельности с привлечением благотворительных организаций.

Была проведена работа по активизации благотворительной деятельности с привлечением благотворительных организаций. В рамках этой инициативы был составлен список активных НПО, включающий более 100 благотворительных организаций. Эти организации стали важными партнерами в реализации проекта и продвижении культуры благотворительности. Список активных НПО прилагается к отчету

Итоговая публичная презентация результатов проекта в соответствии с условиями договора

11 декабря была проведена итоговая публичная презентация результатов проекта в онлайн-формате. Презентация состоялась в социальной сети Instagram.

Информационная работа о ходе реализации проекта в соответствии с условиями договора

Ведение официальных аккаунтов в 4 социальных сетях:

Instagram 1121 подписчиков https://www.instagram.com/aqyldy_komek/,

Facebook 1008 подписчиков <https://www.facebook.com/share/Y5jTExphFodtHds/?mibextid=LQQJ4d> ,

Telegram 1011 подписчиков https://t.me/aqyldy_komek

YouTube 1100 подписчиков <https://www.youtube.com/@nponevskz>

В социальных сетях было опубликовано более 200 текстовых и инфографических материалов, ролики, интервью, backstage, reels что обеспечило общий информационный охват в 400 000 человек. Также было подготовлено 27 видеоматериалов. Информационный охват подтверждает высокий интерес и вовлеченность аудитории к проекту. Для управления медийной стратегией был разработан подробный медиа-план, который охватывал аккаунты в 4 социальных сетях Instagram, Facebook, Telegram и YouTube.

Заполните таблицу и опишите соответствие запланированных результатов полученным результатам

Цель проекта:		Активизация благотворительной деятельности с ежегодным привлечением не менее 100 благотворительных организаций							
Достигнутый результат от реализации проекта:		Был проведен замер восприятия культуры благотворительности среди казахстанцев и уровня вовлеченности в благотворительную деятельность физических и юридических лиц. Результаты исследования позволили оценить текущие тенденции и выявить основные барьеры для участия в благотворительности (2023 год). Была проведена активная популяризация успешных практик оказания благотворительной помощи посредством SMM продвижения, подготовки видеороликов и публикации материалов, что способствовало расширению охвата и повышению интереса к теме благотворительности (2024 год). Был организован обмен опытом по внедрению новых подходов в сфере благотворительности на региональном и республиканском уровнях, что позволило наладить сотрудничество между различными организациями и улучшить взаимодействие в решении социальных проблем (2024 год).							
Задача	Мероприятия в рамках задачи	Дата проведения	Место проведения	Кол-во участников	Краткосрочные достигнутые результаты (к мероприятиям)	Количественные и качественные индикаторы	Индикаторы		Эффект
							план	факт	
Задача 1. Организация работы	Мероприятие 1 Однодневная конференция-форум с	23 октябрь	Г.Астана	Более 100	23 октября 2024 года состоялась	Программа форума	1	1	Организация постоянных коммуникационных и

постоянных коммуникационных и экспертных площадок, где будут представляться, обсуждаться и поддерживаться идеи проектов: публичные встречи, конференции, итоговые мероприятия и встречи с инвесторами. Организация работы консультационного центра (организация панельных сессий на конференции с целью обучения и повышения профессионального уровня сотрудников и руководства НПО и инициативных групп). Обмен опытом по	участием лидеров социальных проектов Республики Казахстан, спонсоров, меценатов, публичных личностей, инвесторов и других участников. Повышение эффективности благотворительности. Популяризация благотворительной деятельности Совершенствование законодательства и подготовка предложений в сфере благотворительности. Тема: «Пересборка стратегий: адаптация к переменам» Проведение Public talk- в формате публичных встреч и интервью с известными людьми и специалистами в сфере благотворительности.	я 2024г.			однодневная конференция-форум. Мероприятие объединило более 100 участников, среди которых лидеры социальных проектов, спонсоры, меценаты, публичные личности, благотворительные организации, инвесторы и представители СМИ. Форум был направлен на повышение эффективности благотворительности, популяризацию благотворительной деятельности, совершенствование законодательства и выработку	Формат форума Концепция форума Общее количество участников (лидеры социальных проектов, спонсоры, меценаты, публичные личности, благотворительные организации, инвесторы, СМИ и т.д.) Мастер-класс Материалы спикеров (Презентации/доклады/тезисы выступления)	Оффлайн 1 Не менее 100 1 1	Оффлайн 1 100 1 3	экспертных площадок, где представлялись, обсуждались и поддерживались идеи проектов, включая публичные встречи, конференции, итоговые мероприятия и встречи с инвесторами, а также создание консультационного центра для проведения панельных сессий на конференциях с целью обучения и повышения профессионального уровня сотрудников и руководства НПО и инициативных групп, оказали комплексный положительный эффект. Во-первых, такие инициативы способствовали расширению возможностей НПО и инициативных групп, создавая условия для
--	---	----------	--	--	--	---	--	---	---

внедрению новых подходов в сфере благотворительности на региональном и республиканском уровнях					предложений в этой сфере. Форум прошел в формате Public talk, включавшем публичные встречи и интервью с известными людьми и специалистами в области благотворительности. Программа включала выступления 10 спикеров, один мастер-класс, а также показ видеороликов, направленных на развитие культуры благотворительности и предотвращение мошеннических операций. В рамках Public talk было	Количество спикеров	10	15	появления новых идей, эффективного обмена опытом и выработки стратегий по реализации социально значимых проектов. Во-вторых, они повысили профессионализм участников за счет доступа к актуальным знаниям, трендам и лучшим практикам. В-третьих, благодаря привлечению внимания инвесторов и доноров, увеличились шансы на дополнительное финансирование и устойчивое развитие реализуемых инициатив. Наконец, обмен опытом на региональном и республиканском уровнях позволил внедрить инновационные подходы в сфере благотворительности, улучшив общий
						Фотоотчет форума	Не менее 15	15	
						Видеоотчет форума	1	2	
						Публикации в соц.сетях и СМИ	10	15	
						Видеоролики направленные на развитие культуры благотворительности и предотвращение мошеннических операций (будет транслироваться на форуме)	3	3 рус/ 3 каз	

					проведено 3 интервью с экспертами. Разработали и согласовали программу проведения форума на двух языках. Был разработан пакет рекомендаций, включающий 5 предложений, направленных на улучшение законодательства и механизмов благотворительности. Особое внимание было уделено медийной составляющей. Подготовлен фотоотчет более 15 фотографий, создано 10 публикаций в социальных сетях и СМИ, а также	Каналы распространения (соц.сети и YouTube)	Не менее 3	3	уровень социальной поддержки в стране.
						Количество спикеров Public talk (интервью)	Не менее 3	4	
						Выработка рекомендаций в сфере благотворительности.	1 пакет с не менее 5 рекомендациями	1 пакет с не менее 5 рекомендациями	

					опубликовано 3 видеоролика, которые транслировались на форуме и распространялись через социальные сети и YouTube. В городе Астана состоялась онлайн-конференция для представителей некоммерческих организаций на тему «Эффективная благотворительность: решаем задачи вместе». Конференция объединила более 100 участников из 17 регионов и 3 городов республиканского значения. Участники	Количество спикеров Количество участников Фотоотчет Видеоотчет Отзывы участников	Не менее 3 Не менее 100 Не менее 10 Не менее 1 10	3 118 10 1 10	5 сентября в городе Астана в формате онлайн-конференции на платформе zoom для представителей неправительственных организаций на тему «Эффективная благотворительность: решаем задачи вместе» была проведена онлайн-конференция. Конференция объединила более 118 участников из числа представителей НПО из 17 регионов и 3 городов республиканского значения. Участники познакомились с
--	--	--	--	--	--	---	--	--	--

Мероприятие 2
Онлайн-конференция
для представителей
НПО.

Тема: «Эффективная
благотворительность:
решаем задачи вместе».

Знакомства с лучшими практиками по объединению сообществ в решении социальных задач, обсуждение трудностей

					познакомились с лучшими практиками объединения сообществ для решения социальных задач, а также обсудили актуальные трудности, с которыми сталкиваются НКО. На мероприятии выступили 3 спикера, представившие презентации, доклады и тезисы своих выступлений. В рамках конференции был подготовлен фотоотчет из более 10 фотографий. Участники оставили 10 отзывов, отметив актуальность	Материалы спикеров Презентации/доклады/тезисы выступлении Территориальный охват	1 17 регионов и 3 города республиканского значения	1 17 регионов и 3 города республиканского	лучшими практиками объединения сообществ для решения социальных задач, а также обсудили актуальные трудности, с которыми сталкиваются НПО. На мероприятии выступили 3 спикера, представившие презентации, доклады и тезисы своих выступлений. Спикеры: Мухамеджанова Дина-Председатель Ассоциации деловых женщин СКО , эксперт в сфере благотворительности Тажимуратова Маржан- Член Ассоциации деловых женщин СКО, эксперт в сфере привлечения средств и ресурсов для поддержки благотворительных и социальных проектов. Сагнаева Айымгуль- Практикующий коуч.Работает с
--	--	--	--	--	---	---	--	---	--

					темы и полезность представленных практик				некоммерческими проектами и информирует о грантах, поддержке и возможностях для благотворительных инициатив. В рамках конференции были представлены более 10 скриншотов фото и видеозаписи конференции. Участники оставили более 10 положительных отзывов, отметив актуальность темы и полезность представленных практик. Ссылка на видео запись с zoom прилагается https://disk.yandex.com/d/eZietF147nh4Dw
Задача 2 Организация работы консультационного центра, с целью обучения и повышения профессионального уровня сотрудников и руководства НПО и инициативных	Мероприятие 1 Онлайн-вебинар для представителей НПО. Тема: PROдвижение НПО Организация работы консультационного центра, с целью обучения и повышения профессионального			100	5 сентября в городе Астана состоялся онлайн-вебинар для представителей некоммерческих организаций на тему «PROдвижение НКО». Вебинар	Количество участников Фотоотчет	Не менее 100 Не менее 10	100 10	Разбор актуальных инструментов и возможностей для продвижения НПО в социальных сетях Instagram, Facebook 5 сентября в городе Астана в формате онлайн-конференции на платформе zoom

групп. Проведение серии мастер классов и онлайн - вебинаров. Обмен опытом по внедрению новых подходов в сфере благотворительности на региональном и республиканском уровнях.	уровня сотрудников и руководства НПО и инициативных групп. Разбор актуальных инструментов и возможностей для продвижения НКО в социальных сетях Instagram, Facebook				был посвящен организации работы консультационного центра для обучения и повышения профессионального уровня сотрудников и руководства НПО, а также инициативных групп. Особое внимание было уделено разбору актуальных инструментов и возможностей для продвижения НКО в социальных сетях Instagram и Facebook. В мероприятии приняли участие более 100 человек. На вебинаре выступил международный эксперт, представивший свой профессиональный опыт и рекомендации, которые вошли в	Видеоотчет	Не менее 1	1	состоялся онлайн-вебинар для представителей неправительственных организаций на тему «ПРОдвижение НПО». Вебинар был посвящен организации работы консультационного центра для обучения и повышения профессионального уровня сотрудников и руководства НПО, а также инициативных групп. Особое внимание было уделено разбору актуальных инструментов и возможностей для продвижения НПО в социальных сетях Instagram и Facebook. В мероприятии приняли участие более 100 человек. На вебинаре спикером выступила Петухова Анастасия-международный эксперт,эксперт по работе с партнерами
						Отзывы участников	Не менее 10	10	
						Презентации/доклады/тезисы выступления	1	1	
						Международный эксперт (резюме)	1	1	
						Электронный методический сборник актуальных техник и инструментов для продвижения НКО в социальных сетях и т.д.)	1	1	

					резюме. Спикеры представили презентации, доклады и тезисы, раскрывающие ключевые техники и подходы к эффективному продвижению. Для участников был подготовлен электронный методический сборник, включающий актуальные техники и инструменты для продвижения НКО в социальных сетях. По итогам мероприятия был создан фотоотчет, содержащий более 10 фотографий. Участники оставили не менее 10 отзывов, отметив практическую значимость полученных				Gg коммуникациям, представивший свой профессиональный опыт и рекомендации, которые вошли в резюме. Спикер представила презентации, доклады и тезисы, раскрывающие ключевые техники и подходы к эффективному продвижению. Для участников был подготовлен электронный методический сборник, включающий актуальные техники и инструменты для продвижения НПО в социальных сетях. По итогам мероприятия был приложен фотоотчет, содержащий более 10 фотографий. Участники оставили не менее 10 положительных отзывов, отметив практическую
--	--	--	--	--	---	--	--	--	---

					знаний и материалов.				значимость полученных знаний и материалов. Ссылка на видео запись с zoom прилагается https://disk.yandex.com/d/eZietF147nh4Dw
Задача 3. Информационная кампания по популяризации успешных практик оказания благотворительной помощи посредством SMM продвижения, подготовки видеороликов, публикации материалов в СМИ	Мероприятие 1 Разработка концепции и запуск образовательного проекта («Умная благотворительность»)				Была разработана концепция и успешно запущен образовательный проект «Умная благотворительность» в социальной сети Instagram. В рамках проекта было опубликовано 5 постов, посвященных ключевым аспектам умного подхода к благотворительности. Каждый пост раскрывал важные темы, ориентированные на	Инстаграм Посты	1 5	1 30	В социальной сети Instagram успешно реализован образовательный проект «Умная благотворительность», который стал важным шагом в продвижении осознанного подхода к благотворительности. В рамках проекта было опубликовано более 30 постов, посвященных ключевым аспектам эффективной благотворительности. Каждая публикация раскрывала важные темы, направленные на повышение осведомлённости аудитории и развитие культуры осознанного участия в социальных инициативах. Проект продемонстрировал

					повышение осведомленности аудитории и развитие культуры осмысленного участия в социальных инициативах				возможности современных цифровых платформ для популяризации идей результативной благотворительности и вовлечения большего числа людей в социально значимые проекты.
	Мероприятие 2 Создание и производство познавательных роликов				Были созданы и произведены познавательные видеоролики на тему импакт-инвестиций. В рамках проекта было выпущено 4 видеоролика, которые были размещены в социальных сетях и на канале YouTube. Ролики раскрывали ключевые аспекты импакт-инвестирования, привлекая	Видеоролики на тему импакт-инвестиции Размещение в социальных сетях и канале Youtube	4 Не менее 2	4 4	В рамках проекта были созданы и произведены познавательные видеоролики на тему импакт-инвестиций. Видеоролики выпущены на двух языках, которые были опубликованы в социальных сетях и на канале ютуб. Видеоролики были сняты по следующим темам: 1) «Импакт-инвестиции или новая реальность» https://www.instagram.com/reel/C864PSaCwJR/?utm_source=ig_web

					внимание к его значимости и перспективам. Проект стал важным шагом в популяризации этого направления и расширении его аудитории через современные медийные платформы.			_copy link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== https://www.instagram.com/reel/C864pVOCauV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== 2) «Инвестируй с пользой» https://www.instagram.com/reel/C87Axt1CAVZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== https://www.instagram.com/reel/C87BB1riIaM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== 3) «Тренд или новая реальность» https://www.instagram.com/reel/C87CjXjiaj_/?
--	--	--	--	--	--	--	--	---

								utm source=ig_web copy link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== https://www.instagram.com/reel/C87Cskik8E/?utm_source=ig_web copy link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== 4) «Импакт - инвестиции могут быть направлены на разные сферы: здравоохранение, экология, социальные проекты, образование». https://www.instagram.com/reel/C86_PCSi4H6/?utm_source=ig_web copy link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== https://www.instagram.com/reel/C86_1HNiIU1/?utm_source=ig_web copy link&igsh=MzRlODBiNWFlZA== Ролики раскрывали ключевые аспекты импакт-
--	--	--	--	--	--	--	--	---

									инвестирования, привлекая внимание к его значимости и перспективам. Проект стал важным шагом в популяризации этого направления и расширении его аудитории через современные медийные платформы.
	Мероприятие 3 Активизация благотворительной деятельности привлечением благотворительных организаций	с			Была проведена работа по активизации благотворительной деятельности с привлечением благотворительных организаций. В рамках этой инициативы был составлен список, включающий не менее 100 благотворительных организаций. Эти организации	Список не менее 100 благотворительных организаций PR сопровождение проекта	1 1	1 (список) 1	Активизация благотворительной деятельности с привлечением благотворительных организаций. Была проведена работа по активизации благотворительной деятельности с привлечением благотворительных организаций. В рамках этой инициативы был составлен список активных НПО, включающий более 100 благотворительных организаций. Эти

					стали важными партнерами в реализации социально значимых проектов и продвижении культуры благотворительности				организации стали важными партнерами в реализации проекта и продвижении культуры благотворительности. Список активных НПО прилагается к отчету
Итоговая публичная презентация результатов проекта в соответствии с условиями договора	Итоговая публичная презентация результатов проекта				11 декабря была проведена итоговая публичная презентация результатов проекта в онлайн-формате. Презентация состоялась в социальной сети Instagram.	Итоговая презентация	1	1	Была подготовлена итоговая публичная презентация результатов проекта в онлайн-формате. Презентация состоялась в прямом эфире на платформе Zoom.
Информационная работа о ходе реализации проекта в соответствии с условиями договора					В рамках проекта было опубликовано 200 текстовых и инфографических материалов, что обеспечило информационный охват в 400	Количество публикации (текстовых и инфографических материалов) Информационный охват	200 публ икац ии 400 000	200 400 000	В рамках проекта была проведена активная информационная работа, включающая публикации текстовых и инфографических материалов, а также создание видеороликов, интервью и

					000 человек. Также было подготовлено 27 видеоматериалов, включая ролики, интервью и backstage, которые набрали суммарное количество просмотров, превышающее 400 000. Количество подписчиков в каждом аккаунте (Instagram, Facebook) составило 1000, что подтверждает высокий интерес и вовлеченность аудитории. Для управления медийной стратегией был разработан подробный	Количество видеоматериалов (ролики, интервью, backstage) Суммарное количество просмотров видеоматериалов Количество подписчиков в каждом аккаунте (Instagram, Facebook) Медиа-план Аккаунты	27 Не менее 1000 Не менее 1000 1 Instagram, Facebook, Telegram, Youtube	27 400 000 1000 1 Instagram, Facebook, Telegram, Youtube	закулисных кадров. Это обеспечило значительный охват аудитории и высокую вовлеченность пользователей. Аккаунты в социальных сетях демонстрировали устойчивый интерес со стороны аудитории, а для системного продвижения проекта был разработан комплексный медиа-план, охватывающий ключевые платформы, такие как Instagram, Facebook, Telegram и YouTube.
--	--	--	--	--	---	---	---	--	--

					медиа-план, который охватывал аккаунты в Instagram, Facebook, Telegram и YouTube.				
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

Заполните таблицу, указав социальный и экономический эффекты социального проекта

	Индикатор	Единица измерения	Планируемый уровень	Фактический уровень
1.	Количество прямых бенефициаров	человек	-	328
2.	Количество косвенных бенефициаров (за счет освещения в СМИ)	человек	-	400 000
3.	Количество штатных работников	человек	-	2
4.	Количество привлеченных специалистов	человек	-	22
5.	Количество охваченных НПО	организация	-	Более 100
6.	Фонд оплаты труда от общей суммы гранта	тенге	-	3 800 000
7.	Налоги (СН, СО, ОСМС только штатных сотрудников)	тенге	-	489 430
8.	Вклад в экономику (покупка товаров и услуг)	тенге	-	12 885 320
9.	Количество партнеров социального проекта (юридические и/или физические лица)	организация/человек	-	0

Опишите обоснования отклонения по проекту от плана: отклонений по проекту не было

2. Достижение цели (описание фактов и указание аргументов о достижении цели):

Для достижения поставленных целей в рамках социального проекта были проведены различные мероприятия, направленные на развитие и поддержку благотворительной деятельности. Общий охват в рамках онлайн конференций, вебинара, форума привлеченного количества людей из сектора НПО, лидеров социальных проектов Республики Казахстан, спонсоров, меценатов, публичных личностей, инвесторов, спикеров и других участников составил 328 человек. Проект информационно охватил более 400,000 человек, продвигая идеи социальной ответственности и устойчивого развития.

Одним из значимых событий стала однодневная конференция-форум, проведенная 23 октября 2024 года в Астане. Форум собрал более 100 участников, включая лидеров социальных проектов, инвесторов, меценатов и представителей СМИ. В ходе мероприятия прошли три панельные сессии с участием 15 экспертов, которые обсуждали вопросы устойчивого развития (ESG), регулирования благотворительности и партнерства в условиях кризисов. Форум стал важной платформой для обмена опытом и создания новых партнерств.

На онлайн-конференции для НПО, которая состоялась 5 сентября 2024 года, собрались более 100 представителей НПО из 17 регионов Казахстана. Участники обсудили лучшие практики объединения усилий для решения социальных проблем и возможности улучшения взаимодействия между организациями, что позволило укрепить сотрудничество и повысить эффективность благотворительной деятельности в стране. Особое внимание в проекте было уделено обучению и повышению квалификации сотрудников НПО. В рамках онлайн-вебинара 5 сентября 2024 года, с темой «PROдвижение НПО», участникам предоставили практические инструменты для продвижения организаций в социальных сетях. Этот вебинар стал важным шагом в повышении цифровой грамотности сотрудников НПО, что дало им новые возможности для эффективного использования цифровых платформ и привлечения большего внимания к социальным проектам. Для повышения осведомленности о благотворительности был запущен проект «Умная благотворительность» в социальной сети Instagram. В рамках проекта были размещены посты, которые демонстрировали важность осмысленного участия в социальных инициативах и поддержке благотворительных организаций. Дополнительно были созданы познавательные видеоролики, посвященные импакт-инвестированию. Эти видеоролики были выпущены на двух языках и широко распространены через социальные сети и YouTube, что помогло привлечь внимание к социально важным инвестициям и устойчивому развитию.

Также был создан реестр активных благотворительных организаций, который включил более 100 организаций. Эти организации были вовлечены в реализации проекта, что способствовало усилению благотворительной деятельности в Казахстане. Проект достиг всех поставленных целей, успешно содействуя развитию культуры благотворительности и социального предпринимательства в Казахстане. Он укрепил взаимодействие между НПО, способствовал обучению сотрудников организаций и обеспечил широкую информационную поддержку социальных инициатив.

Измерение социальных и других изменений, произошедших по окончании и/или в течение реализации социального проекта

Проект достиг всех поставленных целей, успешно содействуя развитию культуры благотворительности и социального предпринимательства в Казахстане. Он укрепил взаимодействие между НПО, способствовал обучению сотрудников организаций и обеспечил широкую информационную поддержку социальных инициатив.

4. Статистическая информация в разрезе участников социального проекта (на момент предоставления программного промежуточного отчета):

Гендерный показатель:

Количество участников проекта всего	Мужчин	Женщин
328	138	190

Социальный статус по категориям:

Количество участников проекта всего	Дети (в том числе дети с инвалидностью)	Молодежь	Государственные служащие	Работники бюджетных организаций	Лица с инвалидностью	Люди старшего возраста (от 50 лет и старше), в т.ч.	Безработные	Представители общественных организаций	Представители бизнес-сектора	Другие категории
328			68	40				150	20	50

Возрастной показатель:

Количество участников проекта всего	от 13-16 лет	17-22 года	23-27 лет	28-32 года	33-45 лет	46-58 лет	59 лет и выше
328	-	10	40	80	150	48	-

5. Результаты социального проекта:

- конкретные результаты, полученные в ходе реализации социального проекта указанными целевыми группами (с указанием количественных показателей, описанием качественных сдвигов):*

В ходе реализации социального проекта по поддержке благотворительности и развитию НПО в Казахстане, были достигнуты значительные результаты, как количественные, так и качественные, для каждой из целевых групп.

1. Лидеры социальных проектов, спонсоры, меценаты, инвесторы, публичные личности и СМИ (участники форума)

Количественные результаты:

- Более 100 участников в форуме 23 октября 2024 года, среди которых были представители социальных проектов, спонсоры, меценаты, публичные личности, инвесторы и СМИ.
- 3 панельные сессии и 15 спикеров, что позволило охватить широкий спектр вопросов по теме устойчивого развития (ESG), регулирования благотворительности и партнерств в условиях чрезвычайных ситуаций.
- Создание партнерских связей между 100 участниками, что повысило возможности для развития новых благотворительных инициатив и социальных проектов.

Качественные сдвиги:

- Участники форума получили новые знания и навыки, которые позволили им более эффективно участвовать в благотворительных и социальных проектах.
- Обсуждения на форуме способствовали улучшению взаимодействия между организациями и установлению партнёрств для будущих проектов.
- Повышена осведомленность о значении устойчивого развития и импакт-инвестирования среди участников.

2. Представители НПО из 17 регионов Казахстана

Количественные результаты:

- Более 100 представителей НПО из 17 регионов Казахстана участвовали в онлайн-конференции для НПО 5 сентября 2024 года.
- Участники ознакомились с лучшими практиками объединения сообществ для решения социальных проблем, что привело к созданию базы активных НПО, включающей более 100 организаций.
- Проведение вебинара с участием экспертов в области продвижения НПО в социальных сетях, что дало возможность обучить более 100 сотрудников НПО.

Качественные сдвиги:

- Участники получили знания о лучших практиках сотрудничества и объединения усилий для решения социальных проблем, что способствовало улучшению взаимодействия и обмену опытом среди НПО.
- Вебинар позволил значительно повысить цифровую грамотность представителей НПО, особенно в контексте продвижения своих проектов через социальные сети, что увеличило их видимость и привлекло внимание к социальным инициативам.
- Создание базы активных НПО стало ключевым шагом к более организованному и эффективному сотрудничеству между организациями в сфере благотворительности.

3. Широкая общественность через образовательные и информационные кампании

Количественные результаты:

- Проект охватил более 400,000 человек через публикации в социальных сетях, СМИ и видеоролики.
- Более 200 материалов, включая посты и публикации, были опубликованы, а также 27 видеороликов, распространенных на YouTube и через другие платформы.
- Создание и запуск образовательного проекта «Умная благотворительность» в Instagram, который стал важным шагом в популяризации осмысленного подхода к благотворительности.

Качественные сдвиги:

- Значительное повышение осведомленности о благотворительности и социальной ответственности среди широкой аудитории.
- Видеоролики и публикации в социальных сетях поспособствовали изменению отношения общественности к благотворительности, сделав её более доступной и понятной, а также повысив интерес к импакт-инвестированию.
- Образовательный проект в Instagram привлек внимание людей, которые ранее не были активными участниками благотворительных инициатив, что увеличило их участие и осознанное отношение к поддержке социальных проектов.

долговременное влияние проекта на решаемую в ходе его реализации проблему (обоснование прогнозируемых позитивных/негативных изменений в той или иной сфере, вызванных проектом): размещены в социальных сетях ролики, видеоинтервью, познавательные посты, что способствует развитию и формированию умной благотворительности

устойчивость социального проекта/социальной программы –проект устойчив, поскольку у каждого человека есть понимание и стремление сделать мир лучше, проведенные мероприятия и полученные не только теоретические, но и практические знания способствуют продвижению успешных практик благотворительных организаций и их популяризации.

Долговременное влияние проекта на решаемую проблему:

Проект оказывает значительное долговременное влияние на развитие культуры умной благотворительности и улучшение практик социальных инициатив. В ходе реализации были размещены видеоролики, интервью и познавательные посты в социальных сетях, которые сформировали осведомленность и вовлеченность широкой аудитории в вопросы благотворительности. Эти материалы способствуют дальнейшему распространению идей эффективного и осмысленного подхода к поддержке социальных проектов. Прогнозируемое позитивное влияние включает следующие аспекты:

Повышение осведомленности: Регулярное размещение информационных материалов в социальных сетях будет поддерживать интерес к благотворительности и в дальнейшем способствовать ее популяризации. Увиденные видеоролики и посты мотивируют пользователей к действию, поддержке социальных инициатив, а также к формированию осознанного подхода к выбору благотворительных проектов для поддержки.

Развитие умной благотворительности: Публикации и видеоматериалы обучают аудиторию основам эффективной благотворительности и привлекают внимание к важности использования ресурсов для решения социальных и экологических проблем. Это влияет на улучшение качества принимаемых решений в сфере благотворительности, делая их более осознанными, целенаправленными и результативными.

Укрепление сотрудничества между НПО и общественностью: Участие в онлайн-мероприятиях и ознакомление с успешными практиками помогает НПО не только развивать внутренние компетенции, но и укреплять связи с потенциальными донорами, партнерами и волонтерами. Таким образом, создаются устойчивые партнерские отношения, что позволяет организации эффективно работать в долгосрочной перспективе.

Устойчивость проекта:

Проект продемонстрировал высокую устойчивость, так как создает основу для долгосрочного воздействия на культурные и практические аспекты благотворительности. Устойчивость обеспечивается следующими факторами:

Образование и мотивация участников: Проведенные мероприятия не только обучили участников новым подходам и инструментам в сфере благотворительности, но и привлекли внимание широкой аудитории к этим проблемам. Люди, которые приобрели знания и опыт, скорее

всего, продолжают вовлекаться в благотворительные проекты и практики, что обеспечивает долгосрочную популяризацию культуры умной благотворительности.

Понимание ценности благотворительности: Каждый участник проекта, будь то лидер НПО, донор или волонтер, ушел с мероприятий с ясным пониманием значимости и возможностей социальных инициатив. Это укрепляет внутреннюю мотивацию людей делать мир лучше и помогает распространять информацию о возможностях и важности благотворительности.

Положительный имидж благотворительности: Благодаря усилиям, направленным на распространение видеороликов и познавательных материалов, в обществе формируется позитивный имидж благотворительных организаций и социальной ответственности. Это способствует созданию более устойчивого спроса на участие в благотворительных акциях и проектах.

Таким образом, проект не только решает конкретные проблемы в сфере благотворительности и социальной ответственности, но и создает устойчивую платформу для развития и популяризации этих инициатив в будущем.

6. Анализ вклада партнеров (если есть), органов власти, структур, оказывавших поддержку в реализации социального проекта: насколько необходимым было их привлечение, каким образом это усилило социальный проект, какие уроки извлечены, каким образом планируется продолжить взаимодействие?

Партнеры социального проекта

Организации, которые принимают непосредственное участие в реализации проекта, деятельность которых может отразиться на результатах проекта. К партнерам не относятся поставщики, оказывающие услуги по логистике, питанию, проезду и так далее.

Наименование организации /ФИО партнера	Роль в проекте	Контакты организации, партнера	Примечание
-	-	-	-

Предложения для включения в перечень приоритетных направлений государственных грантов:

№	Сфера государственного гранта	Предлагаемое приоритетное направление государственного гранта	Краткое описание проблемы который должен решить реализация гранта	Объем финансирования (тысячи тенге)	Вид гранта	Ожидаемый результат
	Содействие развитию гражданского общества, в том числе повышению	Проведение комплекса мероприятий, с целью повышения эффективности	Проведение мероприятий-воркшопы, ярмарки,	30 000	среднесрочный	Повышение потенциала

	эффективности деятельности неправительственных организаций	благотворительных организаций	выставки благотворительных организаций			благотворительных организаций
--	---	----------------------------------	--	--	--	----------------------------------

Укажите конкретные практические рекомендации по итогам реализации социального проекта для государственных органов.

Государственные органы	Рекомендации	Номер и дата письма о направлении выработанных рекомендаций (копии писем с приложениями необходимо предоставить с данным отчетом)
	1. Создание прозрачных механизмов распределения средств Одной из ключевых задач благотворительных организаций является укрепление доверия со стороны населения и доноров. Для этого необходимо: • Внедрить прозрачные механизмы учета и распределения средств, включая детализированные публичные отчеты о расходах и поступлениях. • Разработать системы автоматизированного учета, чтобы каждый жертвователь мог отслеживать, как используются его средства. • Проводить регулярные независимые аудиторские проверки, результаты которых будут доступны общественности. • Организовать обратную связь с донорами и благополучателями через онлайн-платформы, где они смогут	

	оставлять отзывы и предлагать улучшения. 2. Акцент на локальные инициативы Локальные проекты обеспечивают адресную помощь и наиболее видимые результаты. Осуществление благотворительности на местах включает: • Проведение исследований для определения актуальных проблем местного сообщества. • Запуск программ поддержки, направленных на социальную адаптацию малообеспеченных семей, улучшение условий образования и здравоохранения. • Развитие инфраструктуры, например, ремонт школ, детских садов и медицинских учреждений. • Содействие в создании рабочих мест для социально уязвимых категорий населения, включая обучение и поддержку малого бизнеса. 3. Образовательные кампании для населения Обучение и информирование играют ключевую роль в развитии благотворительности: • Организация тренингов для волонтеров, сотрудников организаций и благополучателей по различным направлениям. • Проведение вебинаров и семинаров для доноров, направленных на повышение их вовлеченности и	
--	--	--

	грамотности в вопросах благотворительности. • Освещение в СМИ и социальных сетях успешных кейсов, чтобы вдохновить других на участие. • Разработка образовательных материалов, включая брошюры, видео и онлайн-курсы, которые помогут лучше понимать цели и ценности благотворительности. 4. Развитие партнерств с бизнесом и государством Сотрудничество с различными секторами экономики усиливает эффективность благотворительных инициатив: • Взаимодействие с корпоративным сектором для совместного финансирования проектов и привлечения ресурсов. • Поддержка со стороны государственных структур, включая организацию мероприятий, помощь в продвижении и правовую поддержку. • Создание благотворительных альянсов, объединяющих усилия разных организаций для решения масштабных задач. • Привлечение меценатов и спонсоров для целевой помощи, например, через налоговые льготы. 5. Использование цифровых технологий Современные технологии открывают новые возможности для благотворительности:	
--	--	--

	• Разработка мобильных приложений и онлайн-платформ для сбора пожертвований и информирования о результатах проектов. • Проведение краудфандинговых кампаний, позволяющих привлекать финансирование для конкретных инициатив. • Активное использование социальных сетей для продвижения мероприятий, распространения информации о проектах и привлечения волонтеров. • Внедрение аналитических инструментов для оценки эффективности кампаний и улучшения стратегии.	
--	--	--

Общее количество страниц отчета: _____

_____ / _____

Грантополучатель:

Исполнительный директор

Битебаева А.А.

Дата заполнения _____

Место печати _____

