

**Харківська міська рада
Департамент праці та соціальної політики
Управління праці та соціальних питань
Міжнародний фонд «Відродження»
Харківське обласне громадське об'єднання
«Асоціація розвитку спільнот»**

**Ефективна взаємодія
органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою
«Сусідська взаємодопомога»**

**Харків
2012**

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

«Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога». Методичний посібник. // ХОГО «Асоціація розвитку спільнот». – Харків, 2012. – 80 с.

Методичний посібник розроблено в рамках проекту «Самоорганізація громадськості через втілення методики «Сусідської взаємодопомоги».

Головний консультант:

Світлана Горбунова-Рубан, заступник Харківського міського голови з питань охорони здоров'я та соціального захисту населення, кандидат соціологічних наук, професор кафедри гуманітарної та соціальної політики Харківського регіонального інституту Національної академії державного управління при Президентіві України

Автори:

Маріанна Голованова, керівник проекту, експерт проекту, голова правління ХОГО «Асоціація розвитку спільнот»

Олександр Березовський, укладач посібника, експерт проекту, голова правління МГО «Центр молодіжного розвитку»

Методичний посібник «Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога» розроблений Харківським обласним громадським об'єднанням «Асоціація розвитку спільнот» в рамках проекту «Самоорганізація громадськості через втілення методики «Сусідської взаємодопомоги», який підтримано Міжнародним фондом «Відродження». Видання здійснено за підтримки Управлінням праці та соціальних питань Департаменту праці та соціальної політики Харківської міської ради та Міжнародного фонду «Відродження».

Думки висвітлені в цьому виданні є винятковою відповідальністю Харківського обласного громадського об'єднання «Асоціація розвитку спільнот» та не обов'язково відображають точку зору Міжнародного фонду «Відродження».

© ХОГО «Асоціація розвитку спільнот», 2012

Шановний Громадянин!

Це дуже цікаве видання. Воно розроблено досвідченими громадськими діячами та спрямоване майже на кожного громадянина країни, який щодня зустрічається зі своїми сусідами по квартирі, будинку або району.

Майже завжди такі зустрічі є ввічливими моментами, які у більш рідкісних випадках стають розмовами про новини, повсякденне життя та проблеми. Потім кожний учасник розмови йде в своїх справах, а питання, які стосуються повсякденного місця проживання, так і залишаються невіршеними проблемами.

Автори цього видання спромоглися показати, що такий спосіб життя сусідів не є єдино можливим. Вони розповіли про цікавий та унікальний досвід міста Харкова у впровадженні програми «Сусідська взаємодопомога», яка розповсюджена в провідних країнах світу.

Місто Харків є дійсно унікальним містом, де вперше впроваджено багато унікальних для всієї України соціальних технологій: соціальне замовлення у вигляді конкурсу проектів для громадських та благодійних організацій, електронні соціальні офіси, транспортна послуга для інвалідів та багато інших, про які можна дізнатися на порталі Єдиної соціальної мережі міста Харкова — esm.kharkov.ua.

Досвід впровадження програми «Сусідська взаємодопомога» має стати одним з дійсно корисних для всієї країни пілотних проектів, впроваджених в місті Харкові. Залучаючи до активної взаємодії своїх сусідів, мешканців міст, сіл та селищ можна зробити багато позитивних змін саме у своєму повсякденному житті.

Соціальна політика держави, яка у тому числі ґрунтується на принципах участі громадян в управлінні суспільними справами та соціальному партнерстві, зможе значно підсилити такі починання. Тож, у добрий путь!

Світлана Олександрівна Горбунова-Рубан
Заступник міського голови міста Харкова
з питань охорони здоров'я
та соціального захисту населення

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
Частина 1	
Як козаки - міліціонери у народ ходили.....	6
Екскурс в ситуацію.....	6
Методика «Сусідської взаємодопомоги».....	7
Українські реалії.....	9
Роль виконавчих органів місцевого самоврядування у впровадженні «Сусідської взаємодопомоги».....	14
Досягнення проекту.....	14
Частина 2	
Створення ефективної системи взаємодії з сусідами — Як? Коли? З ким?.....	16
Побудова первинної організації Сусідської взаємодопомоги	16
Місцеві асоціації сусідської взаємодопомоги.....	21
Створення структурованої системи сусідської взаємодопомоги.....	23
Частина 3	
Фінансування діяльності організацій «Сусідської взаємодопомоги».....	27
Фінансування з бюджету органів місцевого самоврядування	27
Фінансування бізнесом.....	36
Інструменти залучення коштів.....	41
Збір приватних пожертвувань.....	46
Ключові принципи.....	46
Застосування принципів маркетингу	50
Форми і методи збору приватних пожертвувань	54
Фонд громади як інструмент збору коштів на соціально- важливі проекти та послуги.....	57
Додатки.....	67
Соціологічна оцінка ситуації.....	67
Післямова.....	76
Інформація про Асоціацію розвитку спільнот.....	77

ВСТУП

Наприкінці 2000 року перед Олексієм Поволоцьким, координатором українсько-британського проекту «Упровадження моделі поліцейської діяльності, заснованої на підтримці громадськості, в Україні» постала неабияка проблема — небажання тієї самої громадськості співпрацювати з проектом та міліцією.

В чому полягала проблема та як вона могла вплинути на увесь проект? Олексій на той час займав посаду начальника відділення міжнародних та міжвузівських зв'язків Харківського Університету внутрішніх справ та був координатором цього трирічного проекту з української сторони.

Проект був та залишається унікальним для нашої країни: хто б міг подумати - українські громадяни (ті самі, у кого хата завжди з краю) з власної волі мають постійно співпрацювати з працівниками міліції!

Й хоча співпраця ця має бути спрямована на підвищення безпеки помешкань, життя та здоров'я цих самих громадян, останні ніяким чином не хотіли активно приймати участь у ході проекту.

Гарна теорія, що підкріплена вдалим досвідом Великобританії та США, розповідала про організовані місцеві осередки жителів - так звану систему «Neighbourhood Watch», тобто «Сусідської взаємодопомоги» - як було адаптовано цю назву. Ця система з боку громадських зусиль передбачала організовані групи громадян за територіальною ознакою, що мають слідкувати за громадським порядком на своїй території та активно співпрацювати з поліцією/міліцією для профілактики правопорушень (як на організаційному так й на технічному рівнях).

Що ви зараз подумали? На 90% впевнені, що щось на кшталт «Ага, мова іде про доноси». Мабуть, у цьому ключі подумала й більшість мешканців 2-х пілотних районів, де впроваджувався проект. Що з цього вийшло та як на цій основі можна сформувати команду активних громадських діячів — про це й піде мова у даному посібнику.

Частина 1

Як козаки - міліціонери у народ ходили

Екскурс в ситуацію

Найбільший рівень тяжких правопорушень серед усіх районів Харкова та Харківської області на той час мав місце в Комінтернівському районі міста. Цифри вражали правоохоронців та лякали населення. До того ж усі чисельні показники кількості скоєних злочинів аж ніяк не хотіли покращуватися, не зважаючи на підвищену зацікавленість представників міліції.

Харківський Університет внутрішніх справ, що розташований саме в цьому районі, ініціював пошуки шляхів вирішення такої ситуації.

Був вивчений світовий досвід, розроблено та профінансовано українсько-британський трирічний проект «Упровадження моделі поліцейської діяльності, заснованої на підтримці громадськості, в Україні».

Діяльність проекту розгорталася на двох пілотних територіях: у Комінтернівському районі міста Харкова та Дергачівському районі Харківської області. Міський район налічував 93 тисячі населення, а сільський район — 34 тисячі мешканців.

Дуже яскраво розповідає про ситуацію у Комінтернівському районі керівник місцевої комунальної служби в той час **Ольга Бондура**:

«До початку реалізації програми населення на території, яку я представляю, було розрізнене, неорганізоване, нікому нічого не було потрібно. У кращому випадку окремі громадяни приходили скаржитися в ЖЕК про те, що в під'їздах брудно, валяються шприци, постійно збираються бомжі та наркомани. Але ми були не в змоззі з нашими невеликим трудовим колективом щодня наводити порядок у під'їздах і на прилеглий до будинків території.»

Дільничний інспектор міліції міського відділу міліції Комінтернівського РВ Ході К.Н. розповідає про криміногенне становище у районі: «... так, найбільш часто здійснюваними злочинами на території обслуговування є грабежі та крадіжки, з проникненням в житлові приміщення. На території району «Нових Будинків» відбувається 4 тяжких злочини з 6, зареєстрованих по Харківській області. Дана ситуація складається через погану освітленість вулиць з недбайливості самих громадян»

Криміногенна ситуація в Дергачівському районі Харківської

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

області була схожа та ускладнювалась ще й розповсюдженням у приватних домогосподарствах вирощування рослин для виробництва наркотичних речовин з наступним збутом.

З протоколу Солоницівського відділу міліції Дергачівського району: «У п. Солоницівка близько 23.00 годин був затриманий гр-н К., 1984 р. народження, у якого було виявлено та вилучено двадцять грам коноплі та шприц з екстрактом опію, він пояснив, що дані наркотики він придбав у гр-на Р. біля кафе. Через кілька годин був затриманий і гр-н Р., 1977 р. народження, у якого також було вилучено конопля та екстракт опію. За даними фактами порушено кримінальну справу, ведеться слідство.

Виникає питання, звідки береться ця «гидота» в нашому селищі. Відповідь впливає з інших злочинів. Так 17.06.2002 року в п. Пересічне близько 15.00 годин у гр. С. на городі було вилучено 132 кущі коноплі та 102 кущі маку. Дані рослини були ретельно прокультивовані.»

Вже на цьому етапі зі слів учасників проекту та наведених фактів, можна говорити про **велику соціально-економічну складову** криміногенних фактів.

Методика «Сусідської взаємодопомоги»

Міліцейські системи всіх країн сходяться в тому, що найнадійніша безпека - колективна. У всіх розвинених країнах існують спеціальні програми по зміцненню сусідської взаємодопомоги.

Сусідська взаємодопомога - метод тісної спільної роботи за участю мешканців будинків, під'їздів, приватних господарств, міліції та місцевої влади з метою допомогти людям захистити себе та свою власність, зменшити небезпеку вчинення злочинів та покращити умови проживання за допомогою: поліпшення рівня безпеки житла; підвищення пильності; створення командного духу серед сусідів; поліпшення якості проживання.

Практика розвинених країн показує, що поліцейські статистичні дані свідчать про зниження багатьох видів злочинності в районах, де розвинена Сусідська взаємодопомога. Тому важливо, щоб міліція і громадськість працювала разом з метою запобігання та виявлення злочинів.

Індивідуальні організації сусідської взаємодопомоги мають різні характеристики, в залежності від району, в якому вони розташовані. Проте, абсолютна більшість організацій мають деякі спільні риси:

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

1. Організації можуть створюватися спільно з міліцейськими дільницями або, в деяких випадках, з місцевою владою.

2. Первинні організації можуть відрізнятися за розміром від кількох приватних домоволодінь до кількох багатоквартирних будинків.

3. Кожна міліцейська дільниця повинна мати окремого співробітника, щоб працювати з учасниками сусідської взаємодопомоги.

4. Первинні організації сусідської взаємодопомоги управляються їх членами через координатора, підтримуються міліцією і об'єднуються в загальну асоціацію сусідської взаємодопомоги.

5. Добровільно обраний координатор, який проживає на даній території, координує роботу організації і взаємодіє з міліцією. Координатор діє як сполучна ланка між мешканцями і міліцією.

Всі члени сусідської взаємодопомоги роблять кроки для запобігання злочинів, підвищення безпеки і зменшення небезпеки стати жертвою злочину.

Члени організації отримують інформацію від міліції, загальної асоціації сусідської взаємодопомоги або місцевої влади. Цей зв'язок допомагає мотивувати членів і підтримувати активність організації.

Кожна первинна організація — ініціатива громадськості, яка підтримана міліцією, але не керується нею.

Сусідська взаємодопомога — це й сприяння зближенню людей і залучення їх в активне громадське життя району. Створюється сильний командний дух об'єднання, оскільки люди пізнають один одного і піклуються один про одного. Сусідська взаємодопомога дає людям шанс створити дружні стосунки з сусідами, допомогти один одному, особливо це актуально для вразливих соціальних груп. Будь-хто може приєднатися до Сусідської взаємодопомоги, і кожен може сприяти її досягненням. І будь-яке об'єднання жителів — незалежно велике воно чи маленьке — може створити організацію Сусідської взаємодопомоги. До цієї організації можуть включатися не лише кілька будівель по вулиці, або кілька приватних домоволодінь, але й мешканці цілих районів та міст. Кожна організація може мати свої особливості, можна навіть не використовувати назву «Сусідська взаємодопомога», але, по суті, будь-які організації подібного типу мають на меті задовольняти потреби їх членів й району їх проживання. Вони створюються об'єднаннями мешканців та їм належать, і саме члени цих об'єднань роблять реальний внесок у поліпшення якості проживання в своєму районі.

Сусідська взаємодопомога означає, що ніхто не залишається наодинці зі своїми проблемами. Учасники організації сусідської

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

взаємодопомоги зустрічаються регулярно на загальних зборах та вживають заходів щодо усунення наявних проблем.

Організація сусідської взаємодопомоги також допомагає жителям організувати постійну турботу про найбільш вразливі категорії людей. До них відносяться: діти та підлітки, літні люди та інваліди, люди, які постраждали від зломів та крадіжок.

Крім отримання підтримки від членів первинної організації, люди, що входять до організації Сусідської взаємодопомоги, можуть вступати в контакт і з іншими місцевими об'єднаннями цієї організації. І міліція, і місцеві ради та інші громадські служби зацікавлені підтримувати роботу Сусідської взаємодопомоги, так як вона часто вирішує завдання, які є їх функціональними обов'язками.

Кожен, хто вступає в Сусідську взаємодопомогу, відіграє важливу роль у створенні більш безпечного, дружнього й приємного місця проживання.

Один з найбільш важливих елементів роботи учасників організації — спостереження за будь-якими діями на території роботи організації, які здаються підозрілими або незвичайними й потім інформування міліції про ці дії. Деякі події, які спостерігають члени організації, можуть допомогти міліції розкрити або запобігти здійсненню злочину — й тим самим не допустити появи жертв злочинних діянь в даному районі. Коли жителі вступають в організацію, вони починають регулярно отримувати інформацію від міліції про криміногенну ситуацію в районі. При цьому важливо, щоб самі мешканці ні в якому разі не піддавали себе ризику самостійного знешкодження злочинця, а викликали міліцію.

Міліція в свою чергу може запропонувати різні варіанти підвищення безпеки для жителів-учасників об'єднання, наприклад, такі як домовленість з сусідами про те, щоб пошта з поштової скриньки регулярно забиралася і під час відсутності господаря та не була сигналом для злочинця; маркування цінного майна; консультації міліції щодо технічних можливостей запобігання проникнення в житло.

Детальніше про сутність, склад та необхідні заходи по організації системи Сусідської взаємодопомоги читайте в другій частині даного посібнику.

Українські реалії

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Активність мешканців великих та малих міст старого та нового світу дуже відрізняється від українських реалій. Не йдуть наші люди ні на які засідання за запрошенням міліції ні в які помешкання, будь то школа або будинок культури.

Отже, на цьому етапі в проекті було виконано багато організаційних та технічних завдань з боку міліції, але була майже відсутня взаємодія з населенням.

Майже рік бився Харківський університет внутрішніх справ в цьому напрямку. Та вирішив залучити громадську організацію, яку обрали за конкурсом, щоб саме вона налагодила взаємодію міліції та населення, провела збори мешканців та обрала координаторів, які будуть представляти свої території.

Цією організацією стала Молодіжна громадська організація «Центр молодіжного розвитку», яку на той час очолювала **Маріанна Голованова**. Практичний психолог за однією освітою та інженер інформаційних систем за іншою з досвідом кадрової, організаційної та керівної роботи у засобах масової інформації — вона зіграла найважливішу роль в організації взаємодії громадськості, муніципальних структур та міліції.

Маріанна Голованова на самому початку зрозуміла, що виходом є ініціювання організації більш широкої взаємодії ніж громадськість-міліція для попередження злочинів. Потрібно було перенесення проблеми зі сфери покращення кримінальної статистики до започаткування руху з підняття соціальних стандартів, покращення морального клімату через спільне вирішення місцевих проблем, організацію турботи про знедолених, налагодження побутових умов проживання, здійснення догляду території спільного користування, проведення свят.

З її інтерв'ю у документальній стрічці: «Зараз в Україні, в Харківській області проходить пілотний проект по взаємодії міліції та населення, заснованої на підтримці громадськості. І ось один з пілотних районів — Комінтернівський район, на території якого ми зараз знаходимося. За моєю спиною майданчик, якій побудовано й обладнано в рамках цього проекту для дітей 27 і 28 мікрорайонів, щоб таким чином забезпечити активне дитяче дозвілля. Ця робота була необхідна для того, щоб зробити перспективну профілактику правопорушень у дітей, які підростають.»

Таким чином, перед робочою групою проекту постало кілька варіантів вирішення проблеми по побудові системи сусідської взаємодопомоги на місцях:

а) Можливо було задіяти адміністративний ресурс: міліцію, місцеву владу, депутатів для отримання контакту з представниками

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

місцевих громад.

До плюсів такого підходу можна віднести:

- всі діючі сторони мають своїх представників у громадах, які володіють інформацією про проблеми територій;
- довірені особи від міліції, влади, депутатів готові до активного співробітництва.

До негативних моментів такого підходу віднесемо:

- можливість підміни на формальну організацію взаємодії, тому реальних змін у свідомості місцевих мешканців не відбудеться та можливо така тактика не призведе до реального вирішення проблем територій.

б) Можливо провести додатковий волонтерській набір до громадської організації з цільових територій для представлення інтересів цих громад активними місцевими мешканцями у взаємодії з міліцією.

Відносно такої тактики можна зазначити теж два плюси:

- можливість отримання інформації про реальні проблеми громад;
- відносна легкість у залученні вмотивованих на громадську діяльність людей,

та один мінус:

- людина, яка налаштована на волонтерську роботу, зовсім не обов'язково є лідером та поважною особою в своїй територіальній громаді.

в) Можливо очно знайти лідерів, яким довіряє більшість мешканців громади, навчити їх визначати та вирішувати проблеми території, залучаючи мешканців та доступні ресурси. І у цьому випадку ми побачили два плюси:

- технологічне рішення впливу на місцеву громаду;
- можливість отримання інформації про місцеві проблеми,

та один мінус

- людина, яку поважають у громаді, необов'язково налаштована на сумлінну працю для вирішення проблем, може не мати вільного часу, настрою навчатися плідно взаємодіяти з міліцією, владою, депутатами, комунальними організаціями.

Всі ці варіанти тактичного вирішення проблеми виявлення потенційних координаторів Сусідської взаємодопомоги мають право

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

на життя. І ми у роботі використали всі ці підходи. Та тільки один з цих технологічних прийомів допоміг створити міцні осередки, які здатні довго та продуктивно працювати на благо громади у широкому сенсі цього визначення.

Здогадалися який?

Останній й ось чому: він є найбільш перспективним з точки зору довгострокового впливу та можливості побудови дійсно ефективних та дієвих місцевих громад. Так, будучи обраним усіма мешканцями координатор дому (декількох приватних господарств, мікрорайону й т.д.) є уповноваженим від всього колективу мешканців. Він відчуває, що його сусіди довірили йому досить важливу ділянку активності, яка спрямована на колективну безпеку та водночас — безпеку кожного. З іншого боку, такий підхід дозволяє зробити програму Сусідської допомоги «своєю», чимось таким що є зрозумілим та корисним для кожного мешканця.

Сутність проста:

1. мешканці усвідомили наявність проблем в їх районі,
2. вони зібралися та обрали координатора (насправді, це одне з найбільш складних практичних завдань для виконання з самого початку створення локального осередку Сусідської взаємодопомоги),
3. кожен мешканець вбачає в особі координатора відповідального за свій вибір.

А ось далі ми маємо декілька потенційних проблем, які можуть довести ефективність програми Сусідської взаємодопомоги до нуля:

- відсутність постійної активності збоку більшості мешканців щодо реагування на потенційні загрози та відсутність участі у загально-корисній діяльності;
- обраний координатор може ігнорувати свої обов'язки або виконувати їх дуже неохоче.

Тому вкрай важливим є виконання наступних рекомендацій на етапі становлення та розвитку локальної програми Сусідської взаємодопомоги:

- постійне навчання, уповноваження та консультування координаторів та громадських лідерів Сусідської взаємодопомоги;
- організація спільних заходів (святкових, спортивних, дитячих, молодіжних) за участі як локальних осередків Сусідської взаємодопомоги, так й представників міліції, органів влади, закладів освіти, депутатського корпусу, прилеглих організацій

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Сусідської взаємодопомоги, громадських та благодійних організацій;

- відбір та залучення до діяльності людей, у яких є час та бажання брати участь у корисній діяльності за програмою Сусідської взаємодопомоги.

Якщо виконувати ці рекомендації при створенні місцевих осередків Сусідської взаємодопомоги, за методикою яка більш детально описується в частині другій цього посібнику — можна досягти дійсно гарних результатів для свого будинку, району та міста!

Керівник місцевої комунальної служби у Комінтернівському районі **Ольга Бондура** так говорить про наслідки впровадження Сусідської взаємодопомоги: «З моменту початку роботи програми «Сусідська взаємодопомога» зроблено вже дуже багато:

- проведені збори мешканців з представниками міліції, громадської організації та ЖЕКу;
- обговорені проблеми та намічені плани поліпшення ситуації з розподілом обов'язків між громадською організацією, міліцією, мешканцями та ЖЕКом;
- обрані координатори будинків та під'їздів, яким довіряє більшість мешканців;
- побудовані сторожки на кошти мешканців й організовані чергування в під'їздах дев'ятиповерхівок, де встановлені двері за проектом;
- спільними зусиллями ЖЕКу й мешканців відремонтовані закриті під'їзди;
- завдяки цьому в під'їздах, що охороняються, тепер безпечно, чисто, немає сторонніх, за що мешканці дуже вдячні.»

Співробітники ЖЕКу, в свою чергу, заохочували участь мешканців будинків в програмі. Для ЖЕКу це має подвійне позитивне значення. Так колективна власність — під'їзди, двори, стає не «нічийною». Тепер мешканці, вклавши в благоустрій свою енергію, сили, фантазію і, що важливо, матеріальні ресурси, стають небайдужими до їх збереження і розвитку. А моральний аспект полягає в наступному. Набагато легше і приємніше підтримувати порядок на доглянутій території, для доброзичливих людей.

Крім цього, завдяки установці освітлювальних приладів на кошти проекту, на території істотно підвищилася безпека як мешканців, так і співробітників ЖЕКу, які вимушені працювати і в темний час доби. Зі свого боку, по першому ж проханню мешканців, ми

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

встановлювали освітлювальні прилади проекту над під'їздами. Після початку розповсюдження програми «Сусідська взаємодопомога» поступово всі співробітники ЖЕКу взяли в ній активну участь, тим самим виступивши провідниками проекту в районах свого проживання.

Роль виконавчих органів місцевого самоврядування у впровадженні «Сусідської взаємодопомоги»

Таку роль важко переоцінити. В ході проекту ми тісно співпрацювали з місцевими органами влади та депутатським корпусом:

- на всі публічні заходи проекту були запрошені представники місцевих служб соціального захисту, служб по роботі з молоддю, ЖЕКів та шкіл, а також місцеві депутати за відповідними округами;
- усім акціям передувала взаємодія з районними виконкомами та ЖЕКами по прибиранню та благоустрою територій, на яких ми відновлювали спортивні або дитячі майданчики;
- завдяки проведеному навчанню громадських активістів стала можлива діяльність з залучення ресурсів для покращення умов проживання (ремонт дахів та під'їздів) за підтримки місцевого бюджету.

Також після офіційної реєстрації нашої діяльності стало можливим залучити кошти місцевого бюджету для виконання цільових проектів в рамках механізму соціального замовлення, що було започатковано в місті Харкові.

Досягнення проекту

Для закріплення досягнень проекту було вирішено створити офіційну громадську асоціацію: були проведені установчі збори координаторів, делегованих від міських та сільських територій проекту.

На зборах було затверджено статут й назву асоціації, обрано правління та контролюючі органи, а також доручено офіційну реєстрацію асоціації відповідальним особам.

При проведенні відкритого голосування переважна більшість проголосувала за таку назву: Харківське обласне громадське

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

об'єднання «Асоціація розвитку громад».

При офіційній реєстрації обласне управління юстиції заборонило використання слова «громада», мотивуючи це тим, що тільки органи влади та місцевого самоврядування мають право використовувати це слово у своїх назвах.

Два місяці тривало офіційне листування. Ми цитували український тлумачний словник, надавали коментар філолога, вимагали посилання на законодавство. Все марно. Прийшлося знайти консенсус, що українською мовою організація має назву: «Асоціація розвитку спільнот», російською — «Ассоциация развития громад». Так почалася вже зовсім інша та не менш цікава історія розвитку нашої громадської організації. Але зараз, пропонуємо ознайомитися з теоретичними частинами цього посібника.

Частина 2

Створення ефективної системи взаємодії з сусідами —

Як? Коли? З ким?

Побудова первинної організації Сусідської взаємодопомоги

Концептуально схема роботи «сусідської взаємодопомоги» на місцях полягає в наступному:

1. Включення в систему взаємоспостереження.
2. Наявність домовленості з сусідами про взаємне спостереження та профілактичні заходи. (Особливо слід стежити за сторонніми, які приходять в будинок під час відсутності господарів).
3. Налагодження дієвої комунікації з міліцією. (Повідомлення в міліцію про незрозумілі дії незнайомих, допомога своєму міліцейському відділку, шанобливе ставлення до працівників міліції.).

Ініціювати створення сусідської взаємодопомоги може і міліція і населення. Якщо ініціатива надходить від міліції, то для більшої ефективності необхідно призначити відповідального співробітника. Цей співробітник міліції повинен мати достатній інтелектуальний, комунікативний потенціал та мати не менше 40% робочого часу для цього напрямку діяльності.

Для інформаційної підтримки організації сусідської взаємодопомоги бажано друк буклетів про сутність програми, які розповсюджуються на зустрічах з населенням й щомісячний випуск бюлетеня сусідської взаємодопомоги, в якому відбивається робота організації, співпраця з правоохоронними органами, звіт про криміногенну ситуацію за попередній місяць, соціальна реклама. Бюлетень тиражується з розрахунку 1 прим. на 30-50 квартир і розміщується на під'їздах будинків, що обслуговуються даними відділом міліції.

Якщо ініціатива надходить від населення, то, перш за все, необхідно провести загальні збори на зацікавленій території. Потім слід встановити контакт з місцевим відділенням міліції.

Його співробітники мають надати контактні дані вже наявних організацій в даному регіоні. Якщо таких немає, міліція повинна бути здатна вжити заходів щодо створення такої організації при наявності на території зацікавлених сторін. В цьому випадку хтось повинен стати добровільним координатором від громадськості.

У функції координатора входить:

- контакт безпосередньо з індивідуальними учасниками на

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

зацікавленій території та організація зборів для обговорення питання створення організації;

- створення та підтримка первинної організації сусідської взаємодопомоги в межах певної території;
- здійснення двостороннього інформаційного обміну між жителями та міліцією;
- здійснення взаємозв'язку між об'єднанням мешканців, іншими координаторами, місцевою міліцією, асоціацією сусідської взаємодопомоги і місцевою владою.

Є ряд завдань, якими може займатися координатор **після створення організації сусідської взаємодопомоги**:

- Інформування мешканців про криміногенну ситуацію;
- Сприяння обміну інформацією між мешканцями і міліцією;
- Забезпечення мешканців періодичними інформаційними бюлетенями, листівками; а також обладнанням, доступним для членів, таким як комплекти для маркування майна;
- Забезпечення мешканців наклейками для дверей і вікон про дію системи сусідської взаємодопомоги;
- Заохочення членів до повідомлення міліції про підозрілих та злочинних подіях;
- Підтримка зв'язку з іншими первинними організаціями району;
- Контроль над роботою об'єднання і спостереження за найбільш вразливими категоріями громадян та новими членами об'єднання;
- Визначення місцевих екологічних проблем і повідомлення про них владі.

Координатори - активні люди, які зацікавлені у вирішенні проблем свого району і мають для цього вільний час і потенціал.

При наявності ініціативи знизу координатор вибирається членами об'єднання і діє як ланка між ними, міліцією та місцевою владою та іншими об'єднаннями сусідської взаємодопомоги.

Зв'язок відбувається в обох напрямках. Помічники координатора роблять частину його роботи, наприклад, піклуються про найбільш вразливих людей на цільовій території, допомагають у створенні та розповсюдженні інформаційного бюлетеня об'єднання, беруть участь в організації акцій чи заходів по залученню коштів місцевого бізнесу для підтримки роботи схеми сусідської взаємодопомоги.

З чого починати

Для впровадження програми сусідської взаємодопомоги на певній території необхідно ініціювати робочу зустріч всіх зацікавлених сторін. До них можуть бути віднесені крім безпосередніх учасників процесу - співробітників міліції, в першу чергу жителі, що мають активну позицію і проживають на даній території. Також має сенс запросити представників місцевих органів самоврядування, комунальних підприємств, які обслуговують цю територію і громадських організацій соціального спрямування.

На початку робочої зустрічі провести процедуру *знайомства учасників*: по черзі присутні називають ім'я, по батькові, прізвище, організацію / територію, яку представляють, якщо потрібні уточнення, рід діяльності, посаду. Для створення комунікативної бази досягнення результативності робочої зустрічі, рекомендується розмістити учасників за «круглим столом».

Ініціатор зустрічі, зазвичай старша посадова особа органів внутрішніх справ, у вступному слові повідомляє учасникам мету даної зустрічі, висвітлює суть програми сусідської взаємодопомоги, уточнює конкретні переваги для учасників зустрічі / їх організацій та суспільства в цілому для мотивації до активної зацікавленої роботи.

Ведучий зустрічі переходить до питання визначення цілей і завдань організації сусідської взаємодопомоги на даній території і пропонує в першому кроці відповісти на питання:

«Чи хочемо ми організувати сусідську взаємодопомогу і, якщо так, те, що ми очікуємо від неї в нашому районі, на наших вулицях, в наших будинках, в нашому місті?»

Для уточнення питання ведучий зустрічі каже: «Не думайте про глобальні вигоди, які приносить Сусідська взаємодопомога, таких як скорочення злочинності або зменшення небезпеки скоєння злочину. Думайте про проблеми притаманні тільки вашому району, і як Сусідська взаємодопомога може допомогти у їх вирішенні. Кожна територія має свої особливі проблеми. Деякі із ситуацій, якими Ви хочете зайнятися, будуть унікальними для вашого району. Які проблеми турбують людей, які проживають у вашому районі? Їх буде корисно визначити для використання на наступних етапах. І один із шляхів — дослідження криміногенної ситуації в вашому районі».

Учасники визначають проблеми даної території та ранжують їх по важливості, терміновості. Ведучий фіксує проблеми, записуючи їх на фліп-чарті або на ватмані, закріпленому на стіні, щоб всі учасники могли звертатися до написаного у ході зустрічі.

Другим кроком, як тільки визначили проблеми, наявні в даному

районі, буде визначення дій, які б учасники хотіли і могли зробити для вирішення цих проблем.

Ведучий уточнює питання: *«Іншими словами, що ви можете робити як команда, щоб досягти ваших цілей і вирішити поставлені завдання. Ваша діяльність може включати цілий ряд дій, таких як:*

- 1. поліпшення взаємозв'язків між міліцією, жителями, місцевою владою і комунальними підприємствами;*
- 2. поширення інформації;*
- 3. проведення зустрічей з метою обговорення проблем;*
- 4. проведення соціальних заходів;*
- 5. здійснення обміну досвідом з організаціями сусідської взаємодопомоги інших територій».*

Ведучий нагадує учасникам зустрічі, що їхні дії повинні бути спрямовані на вирішення проблем, які були визначені в першому кроці.

Пропоновані учасниками дії також записуються на ватмані.

Потім слідує загальне обговорення їх ефективності. І уточнений варіант розміщується на стіні поруч зі списком проблем.

У третьому кроці ведучий ставить запитання:

«Що необхідно, щоб виконати поставлені завдання?»

Розшифровка питання виглядає наступним чином: «Ви повинні подумати про ресурси, які дозволять вам виконати ваші заплановані дії. Поняття «ресурси» в даному випадку охоплює ідеї, підтримку, інформацію, відносини і людей, а також фінансові та матеріальні ресурси. Ресурси — це інструменти, які допомагають втілювати ідеї, досягати бажаних результатів або вносити необхідні зміни. Саме тому процес залучення ресурсів для громадської роботи є життєво необхідним і вимагає великої відповідальності і специфічних навичок. У багатьох об'єднаннях лише кілька активістів, які працюють над широким спектром питань. Саме тому вони повинні працювати як команда, щоб досягти цілей, визначених об'єднанням.

Наша сьогоднішня зустріч ініціює об'єднання учасників для впровадження програми сусідської взаємодопомоги на даній території. І по суті це є громадська організація, хай поки і не оформлена юридично.

Найчастіше громадські організації використовують такі способи залучення ресурсів:

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

- Членські внески;
- Внески спонсорів (комерційних підприємств);
- Отримання субсидій від державних установ;
- Отримання грантів на виконання проектів від міжнародних донорів;
- Організація різноманітних заходів, концертів, вечорів і ярмарок;
- Створення в рамках благодійних організацій «фінансового комітету», який складається з місцевих бізнесменів і виконує функції не тільки нагляду над витратами, а й залучення коштів від своїх колег-бізнесменів.

Незалежно від того, яка стратегія буде обрана, **процес залучення коштів** можна схематично представити у такому вигляді:

1. Генерування ідеї;
2. Оформлення пропозиції (опис проблеми, цілі, плану дій, результатів, а також складання кошторису);
3. Складання переліку потенційних спонсорів, донорів;
4. Пошук серед спонсорів (донорів) того, хто може щось запропонувати вашому проекту (це можуть бути, в тому числі, безкоштовні товари або послуги);
5. Написання заявки;
6. Організація заходів з метою просування вашого проекту (публікації, роздача матеріалів, оголошення, виступи і т.п.);
7. Реалізація проекту відповідно до розробленого плану;
8. Публікація громадських звітів щодо використання коштів та досягнутих результатів.

Більш детально процес залучення ресурсів висвітлено в частині третій даного посібнику.

Найважливіші ресурси конкретно для організації сусідської взаємодопомоги:

- наявність вільного часу людей-учасників об'єднання;
- приміщення для зустрічей;
- можливості по створенню друкованих матеріалів.

Людський час — найбільш важливий ресурс, тому що без нього

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

ваше об'єднання не буде життєздатне. Тому, на цьому етапі найбільш важливе питання це:

«Чи готові ми взяти на себе зобов'язання про виконання задуманого?»

І тут необхідно ведучому зафіксувати на папері зобов'язання, взяті на себе учасниками зустрічі.

У четвертому кроці, коли запланували відповідні дії і визначили ресурси, необхідні для їх виконання, ведучий пропонує відповісти на питання:

«Чи зможе цей план дій допомогти вирішити проблеми, які визначили на першому кроці?»

Ведучий інформує: *«Якщо наші плани не відповідають нашим первинним очікуванням, дуже важливо змінити їх до того, як ми почнемо діяти. Набагато простіше змінити хід справи на початку, ніж потім усунути помилки і вирішувати все нові й нові проблеми по ходу дії».*

Результати обговорення знову фіксуються.

Етап планування вимагатиме достатньо значних інтелектуальних зусиль і стратегічного мислення. Однак цей процес повинен зробити вашу організацію більш сильною і згуртованою.

Важливо записати ваші колективні думки. Список ваших цілей і дій буде корисним для використання в рекламних матеріалах, залучення нових членів і, звичайно, для залучення спонсорів.

Список ваших цілей і дій не повинен бути дуже довгим, цілком достатньо однієї або двох сторінок перерахування того, чого ви хочете досягти і як цього досягти.

Щороку рекомендується переглядати ваші первинні очікування, заплановані дії, очікувані результати та наявні ресурси для їх досягнення, і аналізувати зміни, що відбулися.

Важливо, щоб ви не ставилися до ваших планів як до прописних істин. Ви повинні бути здатні реагувати на зміни у вашому районі. На стадії аналізу ви можете вирішити змінити ваші очікування від роботи організації та відповідно змінити ваші дії.

Місцеві асоціації сусідської взаємодопомоги

Як громадська діяльність, Сусідська взаємодопомога створюється

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

представниками громадськості, щоб визначити місцеві проблеми, знайти рішення і зменшити небезпеку вчинення злочинів.

Самостійні первинні організації можуть бути набагато успішніші, якщо вони об'єднуються з метою формування асоціації на місцевому рівні, на рівні регіонів або країни.

Місцеві асоціації не мають на меті замінити первинні організації сусідської взаємодопомоги. **Їх мета** полягає в тому, щоб забезпечити:

- Ясне бачення завдань сусідської взаємодопомоги серед безлічі її первинних організацій;
- Підтримку для індивідуальних первинних організацій;
- Канал передачі кращих ідей та практичного досвіду;
- Шлях залучення та розподілу додаткових ресурсів;
- Лобювання, необхідне для вирішення місцевих проблем.

Для створення місцевої асоціації первинних організацій сусідської взаємодопомоги необхідно пройти наступні стадії:

1. Координатори формують невелику місцеву ініціативну групу. Бажано, щоб вона підтримувалася місцевим міліцейським відділом.

2. Розширення групи і створення її бази на рівні району, міста чи області.

3. Головні координатори від кожної з цих великих груп формують громадський комітет з підготовки до реєстрації організації.

Громадський комітет з підготовки до реєстрації організації займається наступними питаннями:

- встановлення цілей і завдань асоціації;
- визначення планів дій на майбутній рік;
- вирішення питань забезпечення спонсорської підтримки.
- Для забезпечення найбільшої ефективності міліція повинна бути залучена до процесу планування на рівні правління організації.

Нарешті, коли мета ініціативної групи ясна, та окреслено очікувані результати, має бути проведено **установчі збори**, на яких:

- затверджується статут і назва асоціації;
- обирається правління, інші керівні та контролюючі органи;
- відповідальним особам доручається легалізація асоціації й при

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

необхідності — виконання інших формальних процедур.

На момент 01.05.2012 р. приблизна вартість легалізації обласної асоціації сусідської взаємодопомоги, шляхом повної державної реєстрації, з виготовленням печатки і відкриттям розрахункового рахунку в банку складає 1600 гривень.

Створення структурованої системи сусідської взаємодопомоги

Першим кроком створення структурованої системи сусідської взаємодопомоги є організація та проведення зустрічей з населенням для презентації програми. Метою таких зустрічей є обрання координаторів програми від населення на території його компактного проживання. Для забезпечення найвищої результативності кожної зустрічі з населенням необхідна присутність представників міліції, громадської структури сусідської взаємодопомоги і вже обраних координаторів від населення. Важливо створення первинного сприятливого інформаційного поля на території дії схеми за допомогою всього арсеналу засобів інформаційної кампанії та цільового інформування жителів в рамках проведення масових заходів.

Люди, що проживають в під'їздах і будинках сусідської взаємодопомоги, набувають великі можливості для самоактивізації для забезпечення безпеки проживання. Поширена й заохочується практика регулярного проведення загальних зборів мешканців, де демократично вирішуються стратегічні і тактичні питання розвитку первинної організації сусідської взаємодопомоги. Зокрема, це робота з неблагополучними сім'ями, пошук коштів для підтримки малозабезпечених, акумулювання ресурсів для побудови приміщень для охорони під'їздів, оплати роботи консьєржів, благоустрою дворової території, забезпечення освітлення, усунення можливості появи в під'їздах сторонніх осіб, профілактична робота з молоддю.

Для підвищення ефективності роботи сусідської взаємодопомоги можливе проведення **спеціалізованого курсу навчання для координаторів**, що складається з декількох навчальних модулів. Орієнтовна схема курсу виглядає наступним чином:

1. Семінари:

1 сесія - Вхідне анкетування. Сутність, основні поняття, історія сусідської взаємодопомоги.

2 сесія - Робота з мешканцями. Залучення добровільних помічників. Мотивація, стимулювання.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

3 сесія - Основи ефективних комунікацій, основи конфліктології.

4 сесія - Основи збору інформації від населення. Аналіз інформації.

5 сесія - Взаємодія з міліцією. Форми, особливості.

6 сесія - Взаємодія з органами влади, ЗМІ, ЖЕКами та іншими господарськими структурами.

7 сесія - Консультативні комітети. Молодь і сусідська взаємодопомога.

8 сесія - Ділова гра «Організація жителів щодо поліпшення місць проживання». Підведення підсумків. Анкетування.

2. Тренінги:

- Побудова команди за програмою «Сусідська взаємодопомога»
- Проведення переговорів
- Аналіз проблем та розробка плану розвитку території
- Третій сектор в Україні. Можливості розвитку програми «Сусідська взаємодопомога» при реєстрації громадської організації
- Підготовка та проведення інформаційних кампаній
- Методи профілактики негативних явищ у молодіжному середовищі
- Місцевий фандрейзинг

Тренінги для членів Правління організації сусідської взаємодопомоги:

- Організаційний розвиток
- Стратегічне планування діяльності неприбуткової громадської організації
- Менеджмент неприбуткової громадської організації
- Лідерство заради результату
- Фінансовий менеджмент
- Міжнародний фандрейзинг

Координатори програми, озброєні знаннями, отриманими на навчальних заходах і консультаціях, здатні налагоджувати плідну співпрацю з органами влади, ЖЕКами, депутатами, ЗМІ, міліцією і суттєво покращувати якість проживання, згладжуючи на своїх територіях прояви таких негативних рис перехідного періоду, як

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

прояви соціальної несправедливості, відсутність систематичної турботи держави про виховання молоді, невідповідність цін на комунальні послуги їх якості.

У вітчизняних умовах єдиною опорою у розвитку схеми є розвиток системи координаторів «сусідської взаємодопомоги». Це дуже ефективно при відсутності коштів на створення інформаційної інфраструктури. Будучи демократично обраними мешканцями під'їзду, ці природні лідери проходять курс навчання, що проводиться організацією сусідської взаємодопомоги. Координатори навчаються основам міжособистої та вікової психології, методиці мотивації і групової взаємодії для досягнення максимальних результатів у своїй діяльності.

Для досягнення найбільшого ефекту вводиться постійний графік консультацій координаторів «сусідської взаємодопомоги», який грає подвійну роль. Так забезпечується зворотній взаємозв'язок з координаторами, а також вирішуються найбільш важливі повсякденні проблеми, пов'язані з умовами та якістю житлових умов. Завдяки подібній діяльності підвищується суспільна значимість і імідж статусу координатора, як особи, що відповідає за безпеку та умови проживання в під'їзді та будинку, що виявилось дуже важливим для зміцнення цієї нової в умовах України громадської посади.

Запорукою життєздатності програми «Сусідська взаємодопомога» та можливостей по її відтворенню стає державна реєстрація громадської організації сусідської взаємодопомоги. Це дозволяє формалізувати діяльність програми «Сусідська взаємодопомога», надати їй новий масштаб і статус.

Найголовніша проблема розповсюдження схеми сусідської взаємодопомоги в Україні — це подолання зневіри людей. Невіри в справедливість дій міліції, в факт цінності Людини для держави і, врешті-решт, в себе. Для усунення впливу цієї проблеми необхідно обрати максимально можливий рівень прозорості роботи, що включає повне і своєчасне інформування, прозорий розподіл загальних ресурсів.

Найбільш ефективна і життєздатна схема розподілу матеріальних цінностей організацією сусідської взаємодопомоги передбачає створення конкурсної комісії у складі 3 представників від міліції, ЖЕКу і власне організації. Ця комісія приймає роботу координаторів з первинного благоустрою підвідомчих їм територій за умови дотримання всіх вимог забезпечення особистої безпеки. Спільним протоколом затверджуються порядок розподілу матеріальних цінностей організацією сусідської взаємодопомоги.

Формування та розвиток системи роботи координаторів сусідської

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

взаємодопомоги, як автономної самодостатньої структури, яка об'єднує виборних координаторів програми «Сусідська взаємодопомога», дозволяє створити стійку, демократичну і реально працюючу схему попередження та профілактики асоціальних діянь за участю дільничних міліціонерів. Принцип діяльності системи координаторів будується на ініціативі самих координаторів — людей, які були публічно обрані з найбільш ініціативних членів схеми, проходять відповідне навчання із самого початку зацікавлені у взаємодії з міліцією для забезпечення безпеки своїх місць проживання.

Координатори є виборними з числа жителів-учасників програми «Сусідська взаємодопомога». Вони здійснюють аналіз ситуації в районі проживання, спільне з міліцією стратегічне планування своєї діяльності, взаємодіють безпосередньо з міліцією, органами влади, комунальними структурами, депутатським корпусом, закладами соціальної сфери, розташованими на цій території, для реалізації розроблених планів.

Структура координаторів щорічно звітує перед жителями районів-учасників програми «сусідської взаємодопомоги» та публікує щорічні звіти. Подібна прозорість в роботі дає можливість широкої громадськості скласти власне уявлення про ефективність роботи програми «Сусідська взаємодопомога» та прийняти власне рішення про участь в ній.

Загальна дієвість схеми забезпечується за рахунок використання місцевого фандрейзингу та залучення ресурсів громадськості для вирішення спільних завдань. Умовою успішності діяльності схеми є первинний розвиток технічних і фінансових можливостей організації сусідської взаємодопомоги, при яких би вона змогла на певному етапі, взаємодіючи на всіх рівнях з представниками міліції, міських владних структур і муніципальних служб, самостійно вишукувати можливості і ресурси для підвищення рівня безпеки та якості проживання на цільових територіях.

Важливим моментом на цьому етапі є створення діяльного, зацікавленого, компетентного і, що не менш важливо, фінансово відкритого Правління організації.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Частина 3

Фінансування діяльності організацій «Сусідської взаємодопомоги»

В разі створення організацій «Сусідської взаємодопомоги» у той чи інший час встане питання про фінансування організації. Бажана ситуація, коли б організація фінансувалася за рахунок членських внесків, але не завжди це можливо за багатьох причин:

- несплата внесків деякими членами;
- малий розмір внеску, який можуть сплачувати члени;
- амбітні плани організації по розвитку свого будинку або району.

Тому в цій частині буде перелічено засоби знаходження коштів на підтримку діяльності в рамках функціонування первинних організацій та асоціацій «Сусідської взаємодопомоги».

Фінансування з бюджету органів місцевого самоврядування

Найбільш розповсюдженою формою фінансування соціальних послуг та проектів організацій громадянського суспільства з бюджету органів місцевого самоврядування є **соціальне замовлення**.

Хоча в цей час в Україні соціальне замовлення впроваджене лише в 15-20 містах, автори цього посібнику вважають, що широке розповсюдження цієї соціальної технології неминуче з розвитком дії механізмів громадянського суспільства та підвищення демократичної культури врядування в суспільстві.

Технології соціального замовлення присвячений інтернет-портал soczakaz.org.ua, до якого автори цього видання мають пряме відношення. Тож ми не будемо висвітлювати всі аспекти цієї соціальної технології, а лише приведемо її стисло характеристику.

Ми спробуємо надати практичні поради, які можна використати на практиці для отримання фінансування конкретної організації «Сусідської взаємодопомоги».

Отже, **соціальне замовлення** — це одна з форм та один із засобів вирішення державою проблем соціальної сфери.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Основними ідеологічними складовими соціального замовлення є:

- Створення умов для розвитку інститутів громадянського суспільства;
- Формування нової, активної та адресної соціальної політики;
- Створення нових робочих місць у соціальній сфері;
- Додаткове фінансування соціальної сфери за рахунок залучення недержавних засобів без мети отримання прибутку;
- Підвищення ефективності витрачання бюджетних коштів у соціальній сфері;
- Створення механізму децентралізації та цивілізованого роздержавлення соціальної сфери;
- Формування конкурентного середовища в соціальній сфері;
- Боротьба з корупцією.

Технологічні принципи соціального замовлення:

1. Відкритість і свобода руху інформації;
2. Конкурсність і конкурентність;
3. Детальне опрацювання процедур;
4. Поєднання, в процесі впровадження пропонованої технології:
 - а) врахування особливостей регіональної ситуації;
 - б) необхідності здійснення пілотних проектів;
 - в) можливість поширення набутого досвіду;
5. Цільове фінансування;
6. Соціальні дивіденди.

Отже для нас є важливим те, що виграти конкурс на виконання соціального замовлення можливо на конкурентних засадах та на основі поданої проектної або програмної пропозиції з вказанням усіх необхідних даних про вашу організацію.

Звідси слідує й основне правило для успіху в отриманні фінансування за конкурсами соціального замовлення: для того щоб пройти конкурсний відбір **ваша організація має бути того вартя**. Це перше, а по друге — ви маєте наочно показати те, що ваша організація дійсно професійна, ефективна та здатна виконати конкурсні завдання та бути юридично прозорою та безпроблемною.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Що можна для цього зробити? Єдиним засобом самовираження тут (якщо не брати до уваги «неринкові» та нелегітимні шляхи) є тільки **якість заповнення проектної пропозиції або наданої аплікаційної форми.**

Якою б гарною та професійною ваша організація не була та який би якісний та корисний проект для громади вона не пропонувала — якщо ви не зможете виразити це в заявці, то скоріше за все вас чекає невдача.

Отже зосередимося на елементах успішної заявки на отримання коштів з місцевого бюджету або від іноземних донорів (вони є досить тотожними). Такими елементами є:

- 1) Вступ або титульна сторінка;
- 2) Опис організації-заявника;
- 3) Постановка проблеми;
- 4) Цілі та завдання проекту;
- 5) Методи виконання проекту (можуть бути викладені окремо або у вигляді календарного робочого плану або у вигляді стратегії виконання проекту);
- 6) План оцінки, моніторингу та звітності за проектом;
- 7) Бюджет проекту;
- 8) Життєздатність проекту.

Напевно ви хоча б раз вже подавали будь-який проект до однієї з «донорських» інституцій та приблизно уявляєте собі, що має бути в кожному з цих пунктів. Тож ми лише беремося навести короткий опис розділів, логічну структуру, яка має бути присутня в кожному вашому проекті, та надати перевірочний лист для оцінки повноти кожного пункту вашої пропозиції.

Отже, **титульний лист** повинен запам'ятовуватися.

Коротка анотація містить ясний та короткий опис суті заявки. На півсторінки, максимум сторінку. Включає одне-два речення, що відповідають на питання: хто буде виконувати проект; чому і кому потрібен цей проект; що вийде в результаті; як проект буде виконуватися; скільки буде потрібно грошей.

Вступ містить відомості про організацію-заявника. Пояснює, хто подає заявку, хто буде виконувати проект і чому заявники / виконавці (у силу своєї кваліфікації, досвіду, переконань, репутації...) найкращим чином виконують завдання проекту. Має викликати довіру до заявника.

Постановка проблеми описує, чому виникла необхідність у виконанні проекту і як поставлена проблема співвідноситься з цілями та завданнями організації-заявника.

Цілі і завдання дають уявлення, які ж будуть результати виконання проекту. Мета - це в ім'я чого робиться проект. Завдання - конкретний ефект, досягти якого потрібно в ході виконання проекту. Цілі та завдання для поставленої проблеми. Завдання та результати піддаються кількісній оцінці. З розділу повинно бути ясно, що вийде в результаті виконання проекту, які зміни відбудуться в існуючій ситуації.

Методи. Вказуються заходи, які необхідно провести для досягнення намічених результатів і для вирішення поставлених завдань. Наводяться схема організації роботи за проектом та календарний план. З розділу повинно бути ясно, що буде зроблено, хто буде здійснювати дії, як вони будуть здійснюватися, коли і в якій послідовності, які ресурси будуть залучені.

Оцінка і звітність. З цього розділу має бути ясно, як Ви плануєте визначити в кінці, чи досяг проект мети, і як Ви будете контролювати процес виконання проекту. У якій формі Ви відзвітували про виконану роботу і витрачені кошти.

Подальше фінансування. Розділ пояснює, яким чином, за рахунок яких ресурсів заявник сподівається зберегти та розширити досягнення даного проекту; переконує грантодавця в тому, що після витрачання коштів гранту знайдуться ресурси для підтримки даної ініціативи. Розділ необхідний, якщо передбачається продовження робіт за проектом після закінчення терміну дії гранту.

Бюджет. Пояснення до бюджету. Розділ містить список всіх ресурсів, необхідних для проведення запланованих заходів; відповідає на питання: скільки грошей потрібно від грантодавця; з яких джерел будуть отримані всі інші потрібні для виконання проекту ресурси та на що вони будуть витрачені.

Проектні пропозиції можуть включати й додаткові матеріали, що пояснюють зміст заявки.

Логічна структура проекту (питання для контролю)

Компоненти проекту	Об'єктивні свідчення (показники, обґрунтування)	Зовнішні умови (фактори, передумови, припущення)
<p>Постановка проблеми</p> <p>1. Чому виникла необхідність у виконанні проекту?</p> <p>2. Чому вирішення даної проблеми — пріоритетне завдання?</p>	<p>Які джерела інформації, крім самого заявника, свідчать про те, що проблема існує та її важливо вирішити?</p>	
<p>Мета</p> <p>1. Мета, на вирішення якої спрямована діяльність в рамках проекту? Як вона пов'язана з вирішенням поставленої проблеми?</p> <p>2. Хто виграє в результаті просування до мети? Як дії, передбачені проектом, змінюють існуючу ситуацію?</p>	<p>1. Які засоби перевірки руху до мети?</p> <p>2. Яким чином перевіряючі організації / особи зможуть переконатися, що проект вносить очікуваний внесок у просування до мети?</p> <p>3. Чи передбачається проектом збір даних, що дозволяють вимірювати ступінь просування до мети?</p>	
<p>Завдання. Очікувані результати</p> <p>1. Який конкретний ефект повинен бути досягнутий під час виконання проекту, тобто якщо проект буде завершений, то якого конкретно поліпшення або зміни слід очікувати в навколишньому середовищі, становищі цієї групи населення й т.д.?</p>	<p>1. Які свідчення, дані і показники підтверджують, що проект виконав поставлене завдання?</p> <p>2. Які конкретні кількісні методи зміни результатів дозволяють перевіряючому робити висновки про ступінь виконання робіт за проектом?</p>	<p>1. Які події, умови або рішення, що перебувають поза контролем проекту, необхідні для того, щоб:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виконання поставлених завдань сприяло просуванню до поставленої мети - досягнення запланованих результатів

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Компоненти проекту	Об'єктивні свідчення (показники, обґрунтування)	Зовнішні умови (фактори, передумови, припущення)
<p>2. Як виконання поставлених завдань наближає ситуацію до досягнення заявлених цілей?</p> <p>3. Які результати (їх характер і кількісний вимір) необхідно отримати для виконання поставлених завдань?</p>	<p>3. Чи передбачається проектом збір даних, що дозволяють контролювати і координувати хід робіт?</p>	<p>призводило б до виконання завдань</p>
<p>Методи (Заходи, проведені в ході проекту) Які заходи необхідно здійснити виконавцям проекту для отримання зазначених у проекті результатів?</p>	<p>Чому обрано саме ці методи?</p>	<p>Застосування зазначених у проекті методів (проведення заходів) гарантувало б отримання очікуваних результатів</p>
<p>Ресурси 1. Які ресурси — кадри, товари, послуги — повинні бути використані для проведення заходів, намічених у проекті? 2. З яких джерел надійдуть ці ресурси (виконавці, які співпрацюють і підтримують організацію, уряд, фонди й т.д.)?</p>	<p>1. На підставі чого плануються рівень зарплатні, вартість обладнання, рівень витрат на транспорт та інші послуги? 2. Які показники дозволяють оцінити ефективність використання коштів?</p>	<p>1. Виділення необхідних ресурсів призводило б до проведення заходів (застосування зазначених методів). 2. Які можливі перешкоди в кожному з цих «переходів»?</p>

Критерії оцінки Вступу:

1) Вступ містить відомості про організацію-заявника та про рівень компетентності автора проекту та кваліфікації (надійності) персоналу.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

- 2) Ясно, хто написав заявку і хто буде виконувати проект.
- 3) Описує рід діяльності, цілі та завдання організації-заявника.
- 4) Пояснює, чому саме Ваша організація повинна працювати за проектом.
- 5) Описує, чиїм потребам і як служить Ваша організація.
- 6) Повідомляє про наявність досягнень і підтверджує це за допомогою статистичних даних, листів підтримки та інших документів.
- 7) Підтверджує репутацію Вашої організації.
- 8) Свідчить про наявність рівня компетентності, достатнього для виконання завдань (досліджень, навчання та ін.)
- 9) Логічно підводить до розділу «Постановка проблеми».
- 10) Розділ короткий, наскільки можливо, цікавий і не містить професійного жаргону.

Критерії оцінки розділу «Постановка проблеми»:

- 1) Описує, чому виникла необхідність у виконанні проекту;
- 2) Ясно, які обставини спонукали авторів написати проект.
- 3) Наскільки проблема виглядає важливою і значущою для читача (представляє неординарний випадок)?
- 4) Наскільки пов'язана з цілями і завданнями організації-заявника?
- 5) Розумність масштабу робіт — не робляться спроби вирішити всі світові проблеми відразу.
- 6) Підтримується статистикою, посиланнями на авторитети в даній області і ключові літературні джерела (1-5), порадами експертів.
- 7) Сформульована з точки зору тих, чиїм потребам служить заявник, а не самого заявника.
- 8) Розділ не містить голослівних тверджень.
- 9) Містить мінімум наукових та інших спеціальних термінів, цікавий для читання і короткий (наскільки можливо).

Критерії оцінки розділу «Цілі і завдання»:

- 1) описуються передбачувані підсумки виконання проекту, піддаються оцінці. Мета — загальний підсумок. Завдання —

конкретні приватні результати і вони помітно відрізняються один від одного.

2) З розділу ясно, що вийде в результаті виконання проекту, які відбудуться зміни в існуючій ситуації.

3) Наскільки цілі і завдання логічно впливають з постановки проблеми.

4) По кожній проблемі, сформульованій в попередньому розділі, є, принаймні, одна чітка задача.

5) Імовірність того, що в результаті виконання проекту завдання будуть вирішені.

6) Цілі в принципі досяжні, і результати можуть бути виміряні.

7) З розділу ясно, хто отримає користь від виконання проекту.

8) Вказується термін досягнення цілей.

9) Мова ясна та чітка.

10) Постановку завдань автори не плутають з методами їх вирішення.

Критерії оцінки розділу «Методи»:

1) З розділу ясно, що буде зроблено, хто буде здійснювати дії, як вони будуть здійснюватися, коли і в якій послідовності, які ресурси будуть залучені.

2) Вказується розумно обмежений набір заходів, які можуть бути виконані в строк і в межах загальної вартості проекту.

3) У розділі ясно описуються заходи в рамках програми.

4) Зрозумілі причини вибору саме таких заходів.

5) Зрозуміла та переконлива пропонована послідовність виконання заходів.

6) Прозорим є склад виконавців.

7) Описуються обов'язки виконавців програми.

8) Описуються, кому служить даний проект, і принципи підбору цих людей, груп, об'єктів.

9) Природність логічного ланцюжка: проблема - ціль — завдання — метод.

Критерії оцінки розділу «Оцінка і звітність»:

1) З розділу ясно, як Ви плануєте оцінити в кінці, чи досяг проект мети, і як Ви будете контролювати процес виконання проекту.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

2) Який план оцінки ступеня досягнення цілей (наскільки точно досягнуті цілі).

3) Який план оцінки та коригування методів у процесі виконання проекту (як буде контролюватися процес виконання проекту).

4) Досить ясно, хто буде проводити оцінку і як ці люди / організації будуть відбиратися.

5) Чіткість встановлених критеріїв успіху проекту.

6) Описується, як будуть відбиратися дані, і процес їх аналізу.

7) Пояснюється, які способи аналізу будуть застосовуватися (ревізії, інспекції, запитальники).

8) Вказується форма звітності.

Критерії оцінки бюджету:

1) Чітко розмежовуються кошти, одержувані від донора та з інших джерел.

2) Відповідає описовій частині заявки.

3) Сума достатня для забезпечення всіх робіт, зазначених в описовій частині заявки.

4) Докладний.

5) Включає всі статті, що фінансуються донором.

6) Включає всі статті, що фінансуються з інших джерел (у тому числі з власних ресурсів заявника).

7) Включає всі види робіт на добровільній безоплатній основі.

8) Відокремлює витрати на допомогу і податки від заробітної плати.

9) Включає оплату консультантів та інших працівників за контрактом.

10) Відокремлює оплату праці від інших прямих витрат.

11) Включає всі непрямі витрати, якщо потрібно.

12) Враховує поточний рівень інфляції.

Отже, завершуючи цей розділ, зосередимо вашу увагу на тому, що отримання фінансування для розробленого вами проекту найбільше всього залежить від того, чи побачить ваш замовник (виконавчий орган місцевого самоврядування або міжнародний «донор») у вашому лиці надійного партнера, який здатен успішно

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

виконати проект, при цьому надавши усю необхідну звітність та документацію в повному обсязі та у встановлений проміжок часу.

Фінансування бізнесом

Наступним великим джерелом фінансування проектів та послуг організацій громадянського суспільства, що є розвинутим в інших країнах, але недостатнім в Україні, є фінансування бізнес-структурами.

Стосунки з бізнес-структурами мають базуватися на взаємовигідній основі та враховувати специфічні для цього виду залучення фінансування особливості.

Принциповим в запропонованому нами підході залучення фінансування є те, що треба поділяти бізнес на різні категорії. Звичайно таких категорій та класифікацій може бути безліч, ми ж пропонуємо наступну:

- малий бізнес у сфері роздрібної торгівлі та надання послуг;
- малий та середній бізнес, що продає товари або надає послуги на місцевому ринку для фізичних осіб;
- великий бізнес.

Необхідність виділення таких категорій обумовлена тим, що кожен різновид бізнесу є унікальним, а отже й підходи до нього мають бути різними.

Проілюструємо це у вигляді наступної таблиці:

Вид бізнесу	Маркетингові потреби на рівні конкретної громади	Можливі підходи у відповідності до потреб
Малий бізнес у сфері роздрібної торгівлі та надання послуг	<ul style="list-style-type: none">• Збільшення кількості клієнтів• Отримання постійних клієнтів	<ul style="list-style-type: none">• Розміщення назви бізнесу у рекламних, інформаційних та зовнішніх матеріалах НДО• Надання локальної ідентифікації про підтримку бізнесом соціально-вагомих справ (наліпки, стікери)
Малий та середній	<ul style="list-style-type: none">• Збільшення	<ul style="list-style-type: none">• Розміщення назви

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

бізнес, що продає товари або надає послуги на місцевому ринку для фізичних осіб	кількості клієнтів • Реклама та укорінення торгової марки або товарної назви	бізнесу у рекламних, інформаційних та зовнішніх матеріалах НДО • Розповсюдження інформації за власними каналами про підтримку бізнесом соціально-вагомих справ
Великий бізнес	• Укорінення торгової марки або товарної назви	• Створення спонсорського пакету • Розповсюдження інформації за власними каналами про підтримку бізнесом соціально-вагомих справ

Але у будь-якому разі пам'ятайте, що для компаній-учасників питання про свою найбільш ефективну участь в будь-якому заході або ініціативі є в першу чергу питанням отримання максимальної користі для власного бізнесу.

Найбільш розповсюдженою формою залучення бізнесу до фінансування діяльності організацій громадянського суспільства є **спонсорство**.

Різновиди спонсорів вашого конкретного заходу можуть бути наступними:

1. Титульний спонсор
2. Генеральний спонсор
3. Офіційний спонсор
4. Спонсор-учасник (окремі рекламні можливості)
5. Інформаційний спонсор
6. Товарний спонсор

Таким чином можна створити досить великий пул спонсорів одного заходу. Для цього треба підготувати ефективний **спонсорський пакет**.

Структура спонсорського пакету:

1. Титульна сторінка

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

2. Завдання, які вирішує спонсорська участь
3. Опис заходу, місце і час проведення та ін.
4. Цільова аудиторія заходу

Питання для складання спонсорського пакету

1. Цілі залучення спонсорів.
2. Цільова аудиторія, на яку буде орієнтовано захід. Дві основні цільові групи:
 - Відвідувачі заходу;
 - Потенційні спонсори.
3. Визначення мінімальної суми, на яку мають бути залучені спонсори.
4. Визначення формату заходу, на який залучаються спонсори.
5. Розрахунок власне витрат на захід (планованих), які повинні бути окуплені спонсорськими внесками.
6. Оснащення майданчиків для заходу (щити під рекламу та ін.).
7. Попередній досвід проведення подібних заходів та залучення спонсорів.
8. Планована рекламна кампанія заходу.
9. Хто планує рекламну кампанію? Механізм планування рекламної кампанії (в залежності від розміру внеску або якимось ще?).
10. Технологія складання спонсорського пакета (плановані витрати - складання пакетів - власне залучення спонсорів).
11. Спосіб розрахунку витрат на захід.
12. Технологія залучення спонсорів / роботи з потенційними спонсорами.

Складовими технології роботи із залучення спонсорів є:

1. Захід, під який залучаються спонсори. Чітке формулювання + розрахунок витрат.
2. Цільова аудиторія заходу (відвідувачі та ін.)
3. Розробка рекламної кампанії (можливо, кілька варіантів) під цю цільову аудиторію: анонсування заходу, реклама на заході, інформаційна підтримка після заходу.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

4. Виділення кола потенційних спонсорів (фірми, чий продукт орієнтований на цільову аудиторію).
5. Складання спонсорських пакетів, розрахунок вартості окремих рекламних можливостей. Виділення різних категорій спонсорів.
6. Робота з потенційними спонсорами. Зустрічі. Коригування спонсорських пакетів і рекламної кампанії. Розробка спеціальних подій в рамках заходу та спонсорського пакета для конкретного спонсора.
7. Робота з залучення інформаційних спонсорів (ЗМІ, орієнтовані на ту ж цільову аудиторію).

Правила залучення спонсорів:

1. Спонсорський пакет повинен бути прозорим для потенційного покупця пакету (скільки реально витрачається на рекламу, скільки на захід і т.і.)
2. Не варто робити факсових/еmail розсилок, треба пам'ятати про ефективність тільки особистих зустрічей, на яких доцільно висувати нові пропозиції безпосередньо під час переговорів.
3. Спонсору не можна показати, що від нього просто потрібно грошей, необхідно розуміти його рекламні інтереси та PR-стратегію як потенційного спонсора.
4. Під конкретного спонсора можливо коригувати пакет, пропонувати спеціальні акції, організувати окрему рекламну кампанію.
5. Як правило, час підготовки заходу та продажу спонсорських пакетів — близько 1 року.
6. Необхідно визначити, чи потрібен титульний спонсор (фігурує в назві заходу). Зрозуміти які і скільки категорій спонсорів потрібно виділити. Зайва кількість різних категорій може «налякати» покупця головного спонсорського пакету.
7. Спосіб розрахунку пакету головного (генерального, титульного спонсора) — це окупити прямі витрати на захід і рекламну кампанію. Принаймні, на першому етапі. Додатково продані пакети, а також окремі рекламні можливості, надані спонсорам-учасникам, формують фінансові ресурси для здійснення статутної діяльності.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

8. Рекламна кампанія розробляється не під спонсора, а під цільову аудиторію заходу (тільки потім може коригуватися під конкретних спонсорів).
9. Якщо проданий головний спонсорський пакет — захід майже напевно відбудеться. Якщо головний пакет не проданий — захід під питанням.
10. Охоче купуються окремі рекламні можливості — на кшталт логотипу на ігровому полі або рекламних щитів, що оформляють захід.
11. Із замовником на кожному етапі узгоджуються всі підготовлювані матеріали (планована рекламна кампанія, потенційні категорії спонсорів, коректування плану заходу, додаткові спеціальні події, підготовлюваний спонсорський пакет тощо).
12. Вартість гонорару агентства, що продає спонсорські пакети, — питання домовленості із замовником. 10-15-20% від проданого пакету (в разі роботи без іншої оплати тільки за відсоток) на початковому етапі роботи, надалі при успішній роботі - можлива зміна умов в плюс агентству.
13. Основну рекламу спонсор отримує в період анонсування заходу (у разі, коли немає ТБ-трансляцій).
14. Заздалегідь зрозуміти, яких журналістів можна залучити під захід. Відповідну інформаційну підтримку включати в спонсорський пакет.
15. Інформаційні спонсори. Домовленість: за згадування їх у рекламних матеріалах — анонси і реклама заходу та інформація після заходу.
16. Спонсорські пакети на «розкручені» заходи продаються за 3 роки вперед.
17. Для визначення кола потенційних спонсорів необхідні або дослідження, або бесіда з експертами (фахівцями, які працюють в цій індустрії).
18. Повинна бути чітко сформульована цільова аудиторія заходу (відвідувачі і не тільки) для планування рекламної кампанії і відповідно залучення спонсорів, можливо, необхідні дослідження.
19. Привабливість даної індустрії полягає, крім іншого, у розширенні власної клієнтської бази, власному PR (у разі регулярної роботи на конкретний захід).

Інструменти залучення коштів

Листи до спонсорів.

Листи... Саме з цього інструменту починається робота більшості фахівців зі збору пожертвувань. Але в кожному випадку варіанти використання листів підбираються спеціально. Найбільш простий варіант — безособовий лист до потенційного спонсора. Ходять ентузіасти-громадські діячі по підприємцях і намагаються прямо або через секретаря залишити лист-прохання.

Менш простим є варіант особистого звернення, коли відомі як мінімум ім'я, по батькові та посада потенційного донора. Тут вже з'являються такі дрібниці як продумування варіантів розмови при особистій зустрічі або обов'язкові контрольні дзвінки за посередництва секретаря або передачі листа через факс. Текст листа ретельно опрацьовується, хтось намагається зачепити особисті почуття, хтось можливі вигоди. У наборі прийомів написання листа можуть бути також позитивні відгуки про підприємство, повтор імені, по батькові в середині листа перед ключовою фразою, фірмовий бланк з можливою тематичною заставкою або фоном папери, вибір варіантів підтримки від фінансової до рекомендаційної й т.д.

Але головна функція листа спонукає людину вийти на особисту зустріч, особиста розмова, під час якої, сформувавши інтерес, перейти до формування довіри і варіантів дій підтримки.

Як правило, після особистої зустрічі підуть нові листи, які поступово переростають в ділове листування і ділове спілкування з обговорення самих різних питань від варіантів передачі необхідних ресурсів до запрошень і подячних листів.

Розробка звернень

Зміст звернення визначає на 50% успіх застосування методів збору приватних пожертвувань. Інші 50% — правильно обрана цільова група і час. Звернення — концентроване вираження основної ідеї. Вони бувають прямими і непрямими. Перші очевидні і написані або висловлюються в прямій манері. Непрямі — не формулюють, а мають на увазі думку. Основні правила по відношенню і до одних, і до інших:

Стислість. Люди нетерплячі та зайняті. Вони не будуть глибоко вникати в суть проблеми або довго вислуховувати її опис, починаючи з «історії питання».

Істинність. Ідея заснована на реальному знанні, досвіді, підтверджена досвідом організації.

Важливість для аудиторії. Ідея спрямована на вирішення проблеми, яка має значення для даної категорії.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Контрастність. У зверненні має бути протиставлення - те, що є проти того, що повинно бути / буде.

Емоційність. Ідея повинна бути прив'язана до основних цінностей людей, до яких ви звертаєтеся і сформульована таким чином, щоб не залишити їх байдужими.

Повторюваність. Звернення має постійно повторюватися протягом досить тривалого відрізка часу при кожній нагоді.

Дуже часто навіть в ідеально обраної цільової групи збір пожертвувань може «не працювати», якщо звернення непереконливе. У зверненні має бути два елементи: те, чого Ви хочете від людей, і те, що Ви їм пропонуєте.

У кожному зверненні має бути пропозиція, сформульоване як головна думка. Наприклад - «10 гривень можуть допомогти цій дитині». «Для того, щоб зупинити епідемію, потрібні термінові дії». Ця головна думка повинна пронизувати весь текст звернення і обов'язково в цьому або видозміненому варіанті кілька разів повторитися. Цю думку можна підсилити візуальними засобами - фотографіями, малюнками, емблемою й т.і.

Партнерські проекти.

Найбільш просунутим варіантом попереднього інструменту є лист-пропозиція, що описує варіанти спільної участі у цікавому для потенційного спонсора проекті. Попередня розробка спільного проекту вимагає знання не тільки імені-по батькові, хоча іноді й цього буває достатньо, але й специфіки роботи і поглядів керівника підприємства, існуючої ідеології, і можливо, місії бізнес-організації. Лист-пропозиція спільної реалізації проекту вимагає більш ретельного опрацювання, точних фінансових розрахунків, визначення вигод сторін, обґрунтування важливості та соціальної значущості розв'язуваної проблеми з урахуванням інтересів цільових груп обох сторін.

Скриньки для збору пожертв.

Напевно, найстарішим і поширеним інструментом збору пожертвувань, якщо не враховувати різні магичні обряди і жертвопринесення богам і жерців, є жертвна гуртка, вона ж скринька для збору коштів, вона ж ящик для приватних пожертвувань. Встановлювати скриньку можна або на спеціальних акціях, підбиваючи під цю діяльність самі різні норми права, або, по-старому, встановлюючи ящики-скарбнички у магазинах та інших точках масового скупчення людей.

Досвід багатьох кампаній зі збору пожертвувань показав, що якщо поряд з ящиком немає представника організації, то:

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

- Нульовий ефект (тобто не окупають навіть витрат на виготовлення) дають збори через ящики, встановлені на території громадської установи чи торгової точки.
- Мінімальний ефект дають ящики, встановлені недалеко від касових апаратів.
- Невеликі суми, але на постійній основі збирають ящики, встановлені в безпосередній близькості до касового апарату.
- Більше грошей збирається в ящики, встановлені в продуктових магазинах та аптеках, менше в магазинах офісного приладдя і канцелярських товарів, ще менше в господарських.
- Найбільше грошей збирають ящики, встановлені за відповідним благословенням, в церквах, особливо якщо ящики стоять поруч з цілющими іконами.

Якщо ж ящик служить лише робочим інструментом збирача коштів і знаходиться в руках, поряд й т.і. (тобто в безпосередньому просторі дій збирача коштів), то тоді при проведенні разових акцій прямого збору пожертвувань можливий збір максимальних сум.

Разові акції прямого збору пожертвувань.

Досить часто пов'язаний з ящиками для пожертвувань наступний інструмент вітчизняного фандрайзера — акції по збору коштів. У нескінченній множині варіантів акцій можна виділити як мінімум ті, які спрямовані на безпосередній, прямий збір грошей і ті, які володіють відстроченим ефектом надходження коштів.

При першому типі важливо врахувати, що не кожна тема, тобто проблема, для розв'язання якої потрібно зібрати певну суму грошей тут і зараз, підходить при використанні даного інструменту. Найбільш реальні збори можна очікувати, якщо проблема стосується груп, однозначно не здатних допомогти собі самостійно. Причому це правило поширюється не тільки на людей, але і на тваринний і рослинний світ.

Наступне питання — перевірка ризикованості і виправданості акції. Наскільки вона фінансово вигідна, скільки потрібно ресурсів і скільки буде отримано з одного боку, та наскільки перевірена безпека учасників й всіх залучених до акції осіб з іншого боку.

Наприклад, вже досить поширеною стала думка про недоцільність проведення благодійних концертів з точки зору збору коштів, тому що на підготовку і організацію події некомерційною організацією, як правило, витрачається набагато більше ресурсів, ніж залучається. Однак при спеціальній підготовці можна отримувати

значні суми на благодійних обідах з концертною програмою. Для прямих акцій характерними є безпосередній контакт з цільовою аудиторією, її залучення до вирішення проблеми.

Як інструмент прямих акцій володіють ще однією чудовою властивістю — вони привертають увагу журналістів, створюючи, таким чином, ще один ресурс. Ресурс популярності, суспільної значущості, довіри. Ідеальний розвиток акції може викликати хвилю дій потенційних жертводавців під гаслами «Як! Ти ще не взяв участь!? Всі вже зробили це! »

Прикладом акції другого типу, коли гроші не надходять в організацію відразу, можна назвати будь-який аукціон проектів, пропозицій і т.д.

Можлива і зворотна ситуація, коли некомерційна організація запрошує на свою презентацію групу потенційних спонсорів і проводить своєрідний аукціон, виставляючи як лот різні варіанти реалізації і підтримки свого проекту, потенційно отримуючи можливість, після індивідуальних переговорів за підсумками зустрічі стати партнером всім, хто прийшов на акцію спонсорів.

Квитанції в банку.

Відносно новий, але який встиг себе вже добре зарекомендувати інструмент збору коштів — перерахування грошей за банківськими квитанціями. Головною незручністю цього способу є відносна складність дій потенційного донора для здійснення пожертвування. Адже навіть щоб перерахувати гривню необхідно отримати квитанцію, заповнити її, можливо, навіть вистояти чергу, і, врешті-решт, перерахувати пожертвування. При цьому можливі помилки у заповненні граф призначення платежу співробітниками банку (у різних містах були випадки перерахування «оплати комунальних послуг») та / або зняття з суми пожертвування відсотків за банківське обслуговування.

Уникнути частини труднощів можливо самим, віддрукувавши бланки квитанцій із заздалегідь заповненими полями. Особливу роль відіграє робота з керівництвом банку.

Крім керівників важливо, щоб самі співробітники банку, оператори, касири проводили роботу з населенням, пропонуючи потенційним жертводавцям заповнити квитанції.

Квитанції, можливо, скоро стануть одним з популярних інструментів фандрайзерів, так як при грамотній інформаційній кампанії крім стабільних надходжень грошей вони дозволяють відслідковувати динаміку пожертвувань, їх розміри, і навіть адреси реальних донорів для наступних поштових розсилок іменних листів і т.д.

Новітнім розвитком цього спрямування стають соціальні мережі в інтернет. Так нещодавно одна з двох найбільших російськомовних соціальних мереж ввела можливість проведення благодійних пожертвувань з 0% комісії на адресу асоціації благодійних організацій.

Членські внески.

Членські внески, порядок регулярних надходжень від засновників (членів, учасників) визначається установчими документами некомерційної організації. У статуті заздалегідь повинні бути обумовлені суми грошових надходжень, їх розміри і форми. Членські внески можуть бути одноразовими (при вступі в організацію) і постійними (регулярними): річними, місячними, квартальними, і т.д. Якщо ж некомерційна організація не має членства, фандрайзер все одно може скористатися цим інструментом. Можна збирати внески від членів або учасників будь-якого соціального проекту, події незалежно від форми реєстрації громадської чи некомерційної організації.

Стаття в газеті.

Цей найгостріший інструмент застосовується фандрайзерами в разі зіткнення з найбільш терміновими, критичними ситуаціями. Найбільш ефективний для збору пожертвувань від фізичних та юридичних осіб для ліквідації наслідків форс-мажорних обставин. Активно використовується державними і муніципальними установами при великих катастрофах, війнах й т.д.

Для простої некомерційної організації завдяки статті в пресі можна зібрати гроші на лікування дитини, допомогти ветеранам та інвалідам, підтримати в'язнів і забезпечити проведення свята для соціально-незахищених верств населення.

При створенні статті важливо продумати назву, коротку, але таку, що змушує почати читати матеріал. Часто матеріали несуть різко негативний настрій, і тоді ефект від них знижується. Важливо показати, що ще можливо щось змінити, когось врятувати, комусь принести радість і т.д. Великим успіхом можна вважати, коли разом з НДО до читача звертається і редакція газети. Додатковий ефект дають листи підтримки або посилання на авторитетних, відомих людей, висновки лікарів, експертів, особисті звернення від першої особи і фотографії (позитивного характеру), що додаються до статті. Статті можуть бути як офіційними, так і живими, оповідальними розповідями. У деяких ситуаціях можна використовувати кілька стилів одночасно. Також важливо опублікувати рахунок для перерахування пожертвувань. Навіть один лист в одному виданні може сколихнути все місто. Якщо ж стаття, і подальше висвітлення у

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

всіх ЗМІ організовані спеціально у вигляді інформаційної кампанії, то реально збирати великі суми в гранично стислі терміни.

Для організації постійної роботи з цим інструментом також важливо поступово сформувати в регіональних ЗМІ спеціальні рубрики про допомогу.

Збір приватних пожертвувань

Ключові принципи

ВИ ПОВИННІ ПРОСИТИ

- Головна причина, через яку люди не жертвують організаціям — їх ніхто про це не просив
- Звернення з проханням потрібно повторювати знову і знову

Численні дослідження причин, через які люди не жертвують на діяльність благодійних організацій, демонструють, що відповідь досить проста — їх ніхто про це не просив. Організація повинна просити гроші на конкретні цілі, враховуючи здатність, можливість і готовність жертводавців. Вона повинна сформулювати ідею так, щоб вона була проста і зрозуміла, зробити процес пожертвування легким, а прохання про пожертвування повторювати знову і знову.

ОСОБИСТИЙ ПІДХІД

- Один на один завжди краще письмового звернення або дзвінка
- Люди дають людям, а не організаціям

Будь-яка особиста зустріч або бесіда набагато ефективніше письмових звернень і закликів. Можна показати приклади, фотографії, іноді вирішальним фактором може стати відповідь на питання, відео матеріал, особистий приклад, історія життя конкретної людини. Тому краще зустрічатися з людьми під час різних заходів, розмовляти по телефону, якщо організація пише листи, то краще, щоб вони були адресними.

РОЗУМІННЯ ЖЕРТВОДАВЦІВ

- Проведіть ретельний аналіз цільової групи
- Будуйте кампанії на основі інтересів донора і зв'яжуйте їх зі своєю справою

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Безумовно, організація повинна розуміти, що у жертводавця може бути певна зацікавленість, і вміти користуватися нею. У людини може не бути матеріальної вигоди, але це не означає, що її немає зовсім. Найбільша вигода — почуття причетності до великої значимої справи, тому, що своїм маленьким внеском ти допомагаєш великій справі. Визнання в очах друзів, сусідів, колег, родичів — ще один мотив. Людина хоче здаватися щедрою, шляхетною, і для цього жертвує кошти. Анонімні донори зустрічаються рідко. Жертвуючи гроші, люди можуть бути зацікавлені у підтримці організацій, що займаються профілактикою певних захворювань, або допомогою хворим людям зі страху, що можуть захворіти самі або їхні близькі. Багато сімей погодяться пожертвувати гроші на пропаганду здорового способу життя — це питання майбутнього їхніх дітей і онуків. Деякі нададуть підтримку організації, якщо є переконаними прихильниками тієї справи, якою вона займається. У цьому випадку вони підтримують свою ідею, своє переконання.

ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ — ЦЕ ЗАЛУЧЕННЯ ЛЮДЕЙ

Люди не дають грошей організаціям. Не дають грошей на абстрактні заклики. Жертвують гроші на те, щоб змінити світ, зробити його краще. Організація повинна вміти показати, як вона це робить. Один зі способів - конкретні приклади з життя людей, які отримали допомогу від НДО, або життя яких змінилася під впливом того, що вона робить. Покажіть результати діяльності. Поясніть людині, як він може допомогти, якщо пожертвує гроші / засоби організації. Інший спосіб — покажіть глобальні зміни в житті місцевої громади, які настануть / вже наступили в результаті діяльності НДО (зміна екології, зниження рівня безробіття, і т.д.). У будь-якому випадку — акцент повинен бути на конкретних людях, результаті, але ні в якому разі не на саму організацію, її історію, діяльність та плани.

ЗБІР ГРОШЕЙ — ЦЕ ПРОДАЖ ІДЕЙ

- Не просіть грошей — продавайте ідеї

Залучення коштів — це процес. На першому етапі потрібно вміти показати людині, що є дуже гостра проблема, яку потрібно вирішити. Якщо він з цим погодився, то далі потрібно показати, хто цим займається. Тут НДО повинна переконати людину, що вона вже займається вирішенням цієї проблеми, у неї виходить, і якщо їй допомогти, то ситуація може значно змінитися.

Якщо ці дві стадії фандрейзингу успішно подолані, то процес залучення коштів буде легким. Сам процес — НЕ ПРОХАННЯ ПРО

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

ДОПОМОГУ, А «ПРОДАЖ» ІДЕЇ. І методи повинні бути відповідними — «не вмовляти, а продавати», не розповідати, а переконувати, не просити, а наводити докази і аргументи, доводити. Якщо вдалося продати ідею, люди виявляться готовими жертвувати знову і знову.

ДОВІРА ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

- Люди жертвують лише тим організаціям, яких вони знають
- Важливо висвітлення ЗМІ будь-якої акції зі збору коштів

Люди жертвують тим організаціям, про які вони знають, чули, на цілі, які їм близькі й зрозумілі. Це означає, що для успіху збору коштів організація повинна бути добре відома, користуватися довірою у населення, і в неї повинні бути гарні зв'язки з громадськістю. Невід'ємною частиною успіху є висвітлення діяльності організації в пресі, власних виданнях організації, звіти перед населенням, конкретні факти і цифри, все це допомагає завоювати довіру.

КОНКРЕТНІСТЬ

- Люди не знають, «чого і скільки» від них хочуть
- Потрібно просити певну суму, приводити конкретні приклади, перераховувати конкретні потреби конкретних людей

Коли Ви звертаєтесь за пожертвою, потрібно заздалегідь знати, скільки, в кого просити. Часто люди думають про те, що пожертвування повинно бути вагомим і посоромляться запропонувати невелику суму грошей. У НДО повинна завжди бути конкретна фінансова мета будь-якого заходу по збору коштів. Якщо гроші збираються на лікування хворої дитини, то НДО повинна знати суму цього лікування, медикаментів, проїзду до місця лікування і т.д. Навіть якщо сума значна, її завжди можна «розбити» на складові — наприклад, вартість проїзду, медикаментів, самого лікування, перебування в чужому місті і т.д. Можна збирати поетапно, ставлячи менші цілі і поступово просуваючись до досягнення основної. Важливо постійно повідомляти про результати. Наприклад, вже зібрано стільки-то грошей, не вистачає такої-то частини. Це мотивує і допомагає людині визначитися з власним внеском.

ПОДЯКА

- Треба дякувати за будь-які пожертвування, незалежно від розміру й типу

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

- Треба дякувати навіть у тих випадках, коли Вам відмовили, це може побудувати основу для подальших відносин

Подяка жертводавцям — це визнання внеску, повага і хороша основа для залучення коштів в подальшому. Поширеною помилкою багатьох організацій (і основною «скаргою» жертводавців) є те, що вони висловлюють подяку тільки один раз, безпосередньо в той момент, коли людина зробила пожертвування, і часто забувають проінформувати його про результати. Зарубіжні організації зазвичай застосовують систему висловлення подяки в залежності від суми пожертви. Наприклад, людині, яка зробила незначне пожертвування, відправити лист з подякою та інформацією про те, як і на що витрачені зібрані кошти. Тим, хто вніс значні кошти, керівник організації може особисто зателефонувати, щоб висловити подяку, або направити співробітника організації до жертводавця, щоб розповісти про результати. Часто практикується запрошення таких донорів на заходи організації.

«КУЛЬТИВУВАННЯ» ДОНОРІВ

Найбільшим досягненням організації в залученні коштів від населення є формування групи людей, які жертвують НДО засоби на постійній основі протягом тривалого періоду часу. Такі донори можуть не тільки вносити свій власний внесок, але і своїм прикладом залучати додаткових донорів з числа друзів, родичів, колег й т.д. Для цього потрібно, щоб людина виявилася емоційно залученою. Цього можна досягти, регулярно підтримуючи з нею контакт, розповідаючи про результати, нові ідеї, запрошуючи на заходи організації, де жертводавець зустрінеться з такими ж людьми, а також ближче познайомитися з членами, співробітниками та добровольцями організації (мотивованими людьми).

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ЗВІТНІСТЬ

Напевно, ні в одній організації, яка отримала грант від закордонного фонду або фінансування від органів влади, не виникне сумніву в необхідності надати програмний та фінансовий звіт по завершенні проекту. У той же час, коли мова йде про населення, НДО забувають повідомити, скільки було зібрано коштів, і яким чином вони були витрачені.

Коли організація збирає кошти, вона бере на себе серйозні зобов'язання перед тими людьми, які їх пожертвували і зобов'язана:

1. Витратити кошти на ті цілі, на які вони збиралися.
2. Досягти того результату, який планувався під час збору коштів.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

3. І обов'язково проінформувати про це населення.

Застосування принципів маркетингу

Застосування маркетингу при зборі приватних пожертв — це:

- Просити «правильного» донора
- «Правильну» певну суму грошей
- У «правильно» обраний час
- «Правильно» обраним методом
- «Правильно» обраною людиною

Вибір цільової групи

Незалежно від того, чим займається організація, у неї є потенційні донори у вигляді груп людей, кожна з яких володіє певними характеристиками, мотивацією, навіть способом внесення пожертвування. До кожної групи потрібно знайти свій ключик, свої засоби переконання і пройти певний шлях, щоб досягти результату. Для залучення коштів від населення необхідно, перш за все, мати чітке уявлення про ту групу людей, до якої звертається за підтримкою організація.

Потенційних донорів можна класифікувати за різними ознаками:

- Особи і групи людей, об'єднані в різні структури та організації (трудові колективи, співробітники органів влади та бізнес компаній тощо)
- *За рівнем матеріального добробуту* — забезпечені, середній клас, малозабезпечені й т.д.
- *За віком* — молодь, середній вік, літні люди або від 17 до 35 й т.д.
- *По відношенню до проблеми* — людей, які стикалися з проблемою і не стикалися. Різне сприйняття проблеми інвалідності у сім'ї, в якій є інвалід, або у тих, хто знає про цю проблему зі ЗМІ та літератури.
- Населення в цілому та його групи, наприклад, за професійною ознакою (вчителі, лікарі, шахтарі і т.д.).
- Населення країни і населення регіону / міста / мікрорайону.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

- Сім'я, друзі і найближче оточення людей, які підтримують діяльність організації.

Від того, наскільки правильно ви зможете визначити цільову групу людей, які можуть бути зацікавлені у вирішенні тієї проблеми, якою займається ваша організація, залежить успіх збору коштів.

Для визначення потенційних донорів, НДО може зробити наступне:

1. Провести просте маркетингове дослідження для того, щоб виявити групу людей, які підтримують діяльність НДО.
2. Протестувати різні групи людей і оцінити відгук на звернення, проаналізувати мотиви. Можливо, НДО буде здивована тим, які групи і з яких причин готові надати підтримку організації.

Типи пожертвувань

Є не лише різні категорії людей, які готові надати допомогу організації, але й різні способи вираження або отримання підтримки.

- Одноразове (випадкове пожертвування)
- Пожертви на регулярній основі

Це пожертвування від людей, яких організація переконала надавати підтримку протягом якогось часу (наприклад, щомісяця, або раз на 3 місяці протягом року). Цінність таких пожертвувань полягає, як у можливості прорахувати відносно стабільні надходження коштів протягом певного періоду часу, так і підтримці постійного зворотного зв'язку з цими людьми, що дає можливість збільшувати розмір пожертвувань і розширювати способи підтримки.

- Одноразове невиняке пожертвування великого розміру

Наприклад, пожертвування багатій людини на проект, програму або розвиток організації.

- Пожертвування, що передбачає передачу дару НДО після смерті дарувальника — досить поширена практика за кордоном і практично не застосовується вітчизняними НДО.
- Пожертвування в не грошовій формі.

Може бути від надання приміщення або транспорту для проведення заходу до безкоштовного виступу артиста на фестивалі, що проводиться організацією.

- Продаж товарів, виробів у благодійних цілях.

Зарубіжні НДО активно продають майки, значки з символікою організації, вітальні листівки і т.д. Часто їх ціна вища за звичайну. Вітчизняним НДО слід пам'ятати, що такі дії в чистому вигляді є підприємницькою діяльністю з усіма податковими наслідками. В умовах відсутності податкових пільг для більшості НДО заходи подібного роду повинні бути ретельно сплановані і прораховані, щоб принести прибуток організації. Перш за все така діяльність має відповідати вимогам статті 7.11 Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств».

Мотиви жертводавців

Якщо зрозуміти, чому люди готові надати підтримку, буде легше її отримати. Узагальнити мотиви досить складно. Ось кілька прикладів найпоширеніших:

- Тому, що усвідомлюють проблему

Це найпоширеніша і єдина дійсно важлива причина, по якій люди жертвують. Людина, стурбована проблемами екології, пожертує організації, що займається питаннями збереження тваринного світу, або яка бореться з заводом, що забруднює річку. Благополучна сім'я, любляча дітей, побачивши по телевізору сюжет про голодуючих дітей біженців, надасть допомогу для вирішення цієї проблеми.

- Відповідальність

Другий за значимістю мотив жертводавця. Усвідомлення того, що ти багатий, а хтось бідний, ситий, а хтось голодний, ти отримав гарну освіту, а у кого-то цієї можливості немає і т.д. породжує почуття відповідальності і бажання зробити щось для ближнього. У країнах з розвиненими традиціями благодійності для багатих людей є нормою активна допомога одній або кільком організаціям пожертвуваннями або добровільною працею.

- Почуття провини

Теж поширений мотив жертводавців, але, на відміну від попереднього, він не завжди буває у формі регулярної допомоги. Почуття провини спонукає жертвувати, сподіваючись, що це допоможе позбавитися від проблеми (а самій людині звільнитися від почуття вини).

- Особистий досвід (причетність)

Дослідження показують, що цей мотив є один з найпотужніших. Люди, які зіткнулися з проблемою, охоче жертвують на її рішення (наприклад, на профілактику певних захворювань або допомогу

хворим). Батьки жертвують школам і на програми, які сприяють підвищенню рівня освіти й т.д.

- Особиста користь

Деяким подобається імідж мецената і публічні висловлювання подяки. Інші готові надавати підтримку організації, тому що це робить якийсь відомий чоловік і таким чином можна отримати можливість контактів з ним на різних благодійних заходах і асоціювати себе з ним в очах місцевого співтовариства. Нерідко мотивом може бути просто відчуття власної значущості.

- Тому, що про це попросили

Головна причина, через яку люди не жертвують організаціям — ТОМУ ЩО ЇХ ПРО ЦЕ НІХТО НЕ ПРОСИВ.

- Тиск

Якщо всі навколо жертвують, то складно відмовити, це впливає на імідж. Важко відмовити, коли просять друзі або знайомі, тому що це може позначитися на відносинах. Один із засобів «експлуатації» цього мотиву — попросити людей, які пожертвували, звернутися з аналогічною пропозицією до свого оточення.

- Податкові пільги

Це не ключовий, але досить істотний мотив жертводавців в країнах, де чинним законодавством передбачені податкові пільги для жертводавців і благоотримувачів. В одних випадках пільги отримує людина, яка жертвує гроші або майно на благодійні цілі, в інших — той, хто отримує пожертвування. У нашій країні пільг практично немає або вони є незручними для використання.

Мотив жертводавця лежить в основі всієї роботи по залученню коштів від населення. Він визначає характер, розмір і зміст звернення, вибір методу збору пожертвувань, аргументів для переконання і стратегії розвитку відносин з донором.

Не менш важливо знати, чому люди відмовляються жертвувати. Чи викликано це тим, що вони не зацікавлені в тій справі, якою займається НДО, або з якихось причин не хочуть жертвувати саме вашій організації. Останнє може бути викликано поганим іміджем організації, чутками або тим, що організація, наприклад, яка займається допомогою малозабезпеченим людям, знаходиться у розкішному офісі, використовує дороге устаткування. Часто люди думають, що та сума, яку вони могли б пожертвувати, занадто мала і не зможе суттєво змінити ситуацію. Іноді проблема виглядає настільки складною, що здається, її не вирішити зусиллями однієї організації. Досить поширена точка зору — «цим має займатися держава, у бюджеті на це є кошти». Нарешті, є просто люди щедрі

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

від природи і жадібні, які завжди знайдуть привід, щоб не дати грошей.

Правильний вибір цільової групи — вибір тих людей, які відповідають образу потенційних донорів, який ви намалювали, і очікування та мотивації яких дають високу ступінь ймовірності зацікавленості у вашій справі. Ретельні роздуми і, можливо, прості дослідження допоможуть правильно визначити цільову групу.

Для того, щоб з'ясувати готовність цільової аудиторії жертвувати на ті або інші цілі, можна провести соціологічне опитування або анкетування. Зарубіжні НДО нерідко користуються результатами досліджень, проведених іншими НДО. Маркетингові дослідження — важливий механізм підвищення ефективності збору приватних пожертвувань. Зазвичай вони проводяться професіоналами, але якщо не потрібна велика вибірка і високий ступінь достовірності, то можуть бути дуже ефективними та недорогими інструментами. За допомогою них НДО може отримати відповіді на багато питань, починаючи від того, як ставиться населення до НДО та її діяльності, і закінчуючи ставленням до проблеми і готовністю брати участь у її вирішенні.

Форми і методи збору приватних пожертвувань

Методи збору приватних пожертвувань можна класифікувати за різними критеріями:

- форма внесення грошових пожертв: в касу організації; безготівковий грошовий переказ, ящик-скарбничка.
- цільова група: збір пожертв від мотивованих людей (прихильників організації) і населення в цілому або його окремих груп.
- тип пожертвувань: у грошовій або натуральній формі, одноразове «випадкове» або на регулярній основі.
- розмір пожертвування: невеликі суми від великої кількості людей або значні від однієї людини або невеликої групи і т.д.

	ФОРМИ	Ящички-скарбнички	Безготівковий банківський переказ	Через касу організації
МЕТОДИ				

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Ящики-скарбнички, встановлені в спеціальних місцях			
Вуличні акції			
Заходи			
«Від дверей до дверей»			
Адресна розсилка			
Через Інтернет			
Розміщення повідомлень у відділеннях банків			
Телерадіомарафон			
Збір пожертвувань від трудових колективів			

Канали особистої комунікації

Ідея доноситься під час особистої зустрічі, бесіди, виступа, спілкування з аудиторією і т.д. Коли до людини звертаються з закликом надати допомогу іншим людям, у неї закономірно виникає гама почуттів та емоцій. Їх потрібно знати, передбачати і вміло використовувати. Благодійний акт містить у собі елементи віри в те, що організація дійсно робить добру справу і витратить гроші на тих людей / на вирішення тих проблем, на які просить; надії на те, що, незалежно від розміру пожертви, вона дійсно необхідна і допоможе змінити ситуацію / положення конкретних людей; безкорисливості — жертводавець не розраховує отримати щось натомість.

Під час проведення бесіди / презентації:

- Найголовніше - пов'язати справу НДО з інтересами і цінностями потенційного донора.
- Ефективне переконання — 60%-слухати і 40% говорити.
- Створить атмосферу причетності.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

- Залучіть людину / групу до обговорення проблеми. **ЧИМ БІЛЬШЕ ЛЮДИНА КАЖЕ**, тим вища ймовірність того, **ЩО ВОНА** пожертвує гроші.
- Говоріть про можливості (зміни в кращу сторону).
- Апелюйте до потреб місцевого співтовариства.
- Випромінюйте впевненість у результаті діяльності.

Пам'ятайте, що жертвувати гроші — приємно. Людина відчуває себе значущим, заможним, здатним надавати допомогу іншим, статус у власних очах і очах оточуючих підвищується, зникає відчуття провини й т.д.

Під час презентації / бесіди потрібно кілька разів повторити основну думку — для чого потрібні кошти, скільки і в яких формах може пожертвувати людина. Універсальне правило: скажіть те, що ви прийшли сказати... Потім скажіть це ще раз... потім скажіть те, що Ви вже сказали.

Якщо людина / група не хоче жертвувати:

- У вас наготові повинні бути факти, які можуть допомогти «зламати опір».
- Уважно слухайте аргументи і докази, це допоможе в майбутньому при організації подібних заходів.
- Наполягайте до тих пір, поки не отримаєте відмову 3 рази (однак це не універсальна порада).
- Не сприймайте відмову особисто, в той же час постарайтеся розібратися — чи немає тут особисто вашої провини.
- Пам'ятайте, що потенційний донор має всі підстави і **ПОВНЕ ПРАВО** не підтримувати НДО та її діяльність. Тому висловлювання «Ви повинні допомогти» є неприпустимим.

Будь-який виступ має бути ретельно продуманий і спланований та вибудований з урахуванням інтересів аудиторії. Одна справа виступати перед вчителями, зовсім інша — перед пенсіонерами або співробітниками органів влади. Краще не брати з собою підготовлений текст виступу; якщо взяли, намагайтеся якомога рідше користуватися ним. Під час виступу використовуйте цитати і приклади замість статистики, кличте до почуттів, а не розуму, поясніть, як ви особисто прийшли до розуміння необхідності цієї діяльності. Наприкінці виступу запропонуйте усім зацікавленим звертатися до Вас особисто або іншим співробітникам організації.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Канали неособистої комунікації - поширення інформації в умовах відсутності особистого контакту і безпосереднього зворотного зв'язку. Ефективними інструментами є брифінги, прес-конференції, кампанії в ЗМІ.

Брифінги

Проводяться індивідуально або для невеликих груп журналістів. Особливо результативні напередодні заходу, якщо існує необхідність «введення в курс справи» та підготовки як ЗМІ, так і населення. Зазвичай на брифінгах ЗМІ постачають фактами, цифрами, матеріалами на дану тему, «знімають» складні питання.

Прес-конференції

При зборі приватних пожертвувань проводяться для того, щоб оголосити про початок акції по збору приватних пожертвувань (привернути увагу ЗМІ та населення) та її завершення (відзвітувати перед населенням про те, скільки коштів зібрано і яким чином вони витрачені).

Кампанії в ЗМІ

Серія цілеспрямованих інформаційних матеріалів (статей в газетах, сюжетів, виступів, інтерв'ю, «прямих ефірів», передач, інформаційних повідомлень на ТБ і радіо), присвячених певній цільовій групі або проблемі, спрямована на конкретну аудиторію або населення в цілому. Головне — по можливості безперервно і регулярно розміщувати інформацію в ЗМІ. Практика багатьох організацій показує, що після кожного інформаційного повідомлення приплив пожертвувань збільшується, а через кілька днів, - спадає. Навіть при самих ідеальних відносинах НДО зі ЗМІ, досить складно «забезпечувати» цю безперервність. Для того, щоб постійно підтримувати інтерес та увагу аудиторії до теми, можна вміло поєднувати авторські статті в газетах із короткими оголошеннями по радіо, «біжучий рядок» з інтерв'ю або прямим ефіром, паралельно запросити журналістів для висвітлення заходів по збору коштів й т.д. Завдання НДО — прорахувати всі можливі інформаційні приводи, розробити і «вишикувати» кампанію.

Фонд громади як інструмент збору коштів на соціально-важливі проекти та послуги

Що таке фонд громади?

Останнім часом в українській громаді все більш уваги приділяється організаціям, що працюють за технологією «community

foundation» (найбільш відповідний термін українською – «місцевий фонд громади»), які підвищують спроможність громад у вирішенні власних соціальних проблем та задоволення потреб. Ці організації розвиваються зараз у всьому світі, формуючи мережі таких фондів не тільки на національному, але й на міжнародному рівні, адже подібні організації здатні успішно діяти в громадах та суспільствах, які великою мірою відрізняються за економічними показниками і культурними традиціями, зокрема, ставленням до філантропії та участі держави в соціальному забезпеченні. Місцеві фонди громад є різновидом неурядових (приватних) благодійних фондів і мають як спільні, так і відмінні ознаки, порівняно зі «звичайними» благодійними фондами. До спільних характеристик належать:

1. здійснення благодійної діяльності в інтересах окремих груп або суспільства в цілому, участь у виконанні місцевих програм соціального та економічного розвитку;
2. географічно визначена територія діяльності (наприклад, благодійні фонди можуть мати місцевий – міський, районний, обласний тощо – чи всеукраїнський статус);
3. заборона державним органам та органам самоврядування, а також бюджетним установам бути засновниками таких фондів;
4. заборона надавати фінансування політичним партіям і виборчим блокам;
5. обов'язкове створення наглядової ради, до складу якої не повинні входити засновники та члени виконавчих органів фонду;
6. право надавати гранти (цільові благодійні внески), виконувати контракти про благодійну діяльність та створювати endowment («недоторканий капітал»);
7. обов'язок надавати звіти донорам на підставі їх запитів або без запитів (у разі цільових внесків, як от пожертв чи грантів);
8. обов'язок щорічно інформувати громадськість про джерела доходів та напрями їх використання.

Натомість до основних відмін місцевих фондів громад від «звичайних» благодійних фондів, безумовно, належать:

1. визначення та оцінка потреб територіальної громади шляхом залучення якомога більшої кількості груп, що надає легітимності та представницьких рис діяльності фонду;

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

2. надання управлінських та консультаційних послуг іншим донорам, які дозволяють їм ефективно та гнучко використовувати свої ресурси для потреб громад;
3. спільне інвестування у середньо і довготермінові програми, а не в задоволення поточних потреб, як переважна більшість «звичайних» фондів;
4. дотримання представницьких процедур формування і прийняття рішень виконавчим органом і наглядовою радою, які не обмежуються обранням або призначенням членів цих органів засновниками фонду;
5. обов'язкове виділення певної частини доходів фонду на надання грантів іншим неприбутковим організаціям та/або громадським ініціативам для виконання або співвиконання проектів у рамках громади;
6. спеціальні процедури інформування громад та донорів про діяльність фонду, дослідження та оцінки потреб громади, підтримки громадських ініціатив (громадських слухань, експертиз, тощо).

Отже, головна риса діяльності місцевих фондів громад – інвестиції у проекти, чиї результати можуть бути важливі для будь якого мешканця громади, а не у поточну допомогу окремим особам чи групам осіб, питому традиційній благодійності. Місцеві фонди громад не повинні перетворюватися на фонди меншин чи окремих груп. **Ці фонди не замінюють місцеві «бюджети розвитку» або державні цільові фонди – вони шукають, оцінюють і використовують всі можливі види ресурсів згідно з мінімальними законодавчими та внутрішніми обмеженнями.**

Таким чином, місцеві фонди громад – це незалежні філантропічні організації, основна місія яких полягає в підвищенні якості життя громад, на території яких поширюється їхня діяльність. Фонди громад реалізують цю мету зусиллями місцевих громадян та з формуванням нових постійних ресурсів (збір добровільних внесків, що жертвують численні донори). Ці добровільні внески дають змогу фондам розподіляти гранти та задовольняти довгострокові потреби місцевої громади.

Далі наведено деякі основні характеристики місцевих фондів громад. Вони носять узагальнюючий характер. Тобто, це критерії для всіх; натомість, вони досить гнучкі і адаптування моделі в різних країнах світу – тому підтвердження.

Незалежна неприбуткова організація

Місцевий фонд громади – це незалежна організація; вона не підконтрольна, не підзвітна іншим організаціям, урядовим

установам або донорам. Фонд самостійно ухвалює рішення на зібраннях рад, в складі яких широко представлена громада, яку він обслуговує. Хоча такі фонди здійснюють інвестиції за рахунок своїх активів, використовують прибуток за відсотками на покриття витрат та надання грантів, все ж, фонди – це некомерційні організації, операційна діяльність яких виключно спрямована на добротність.

Питання самостійності надзвичайно важливе для фондів громад. У багатьох країнах місцеві органи влади відіграють вкрай важливу роль в тому, що стосується політики розвитку громад. З одного боку, більшість фондів громад потребують підтримки з боку місцевих органів влади на етапах становлення та реалізації своїх планів дій. З другого боку, вони також усвідомлюють, що іноді владі хотілося б скористатися спроможністю фондів розподіляти гранти на свою користь, в своїх політичних інтересах й відтак, поставити під загрозу підзвітність/прозорість, незалежність організації.

Установа, що займається наданням грантів

Надання грантів – це важлива характеристика фондів громад, здебільшого тому, що таким чином ці фонди не обмежуються однією окремою сферою. Натомість, вони надають підтримку будь-якому проекту або програмі, що сприятиме розвитку громади, – стосується це освіти, охорони здоров'я, довкілля, підтримки людей старшого віку та інвалідів, забезпечення економічного розвитку, розвитку мистецтва та культури, збереження історичної спадщини, захисту прав етнічних меншин та прав жінок тощо. Зусилля фонду спрямовані насамперед на покращення якості життя громади та впровадження будь-якої діяльності, вартості уваги та інвестицій.

Такий підхід вказує на унікальний характер фондів громад, оскільки дає можливість діяти узгоджено, багатогранно та комплексно в «горизонтальному» напрямку, так як того потребують питання, на вирішення яких фонди спрямовують свою діяльність з розбудови громад. На відміну від більшості інших організацій, структурованих «вертикально» за підрозділами, фонди громад встановлюють зв'язки та визначають співвідношення між різними аспектами діяльності, аби бути в змозі реагувати на них належним чином.

Визначений географічний регіон: місцева громада

Це питання змушує дещо відхилитися від теми та проаналізувати поняття «громада». Якщо брати за основу аналізу соціологічний, науковий підхід, слід зауважити, що поняття громада – це одне з тих понять, яким не дається точного та вірного визначення. Щонайбільше громада визначається як сукупність людей, що проживають на певній географічній території. Починаючи ще з 19 століття, в Європі громада традиційно визначалася переважно як

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

спільнота жителів сільської місцевості, що має конкретну соціальну структуру, об'єднується за принципом спорідненості, приналежності, самодостатності, – на відміну від міських громад, яким характерна тенденція неминучого руйнування. Та оскільки дедалі очевиднішим стає той факт, що ці характерні риси можуть бути притаманні міським спільнотам також, поняття втратило своє первісне значення. Отже, йому все ще важко дати визначення.

В англomовному світі (наприклад, в США та Великій Британії) звучання слова «громада» відразу ж асоціюється у нас з близькістю, солідарністю, налагодженим особистим стосункам в добре визначеній площині. Це слово також має інші відтінки значення, воно змушує відчувати «дух» групи людей з визначеною соціальною структурою; його звучання нагадує про щоденну діяльність (на роботі та поза роботою) тих, хто проживає в одному географічному регіоні (самодостатність). Цей термін не так легко перенести на широку європейську дійсність, оскільки слово «громада», зазвичай, має політичний та правовий підтекст (так, поняття «європейські громади» ще донедавна застосовувалося по відношенню до комплексу різних типів економічного співробітництва країн Європи, який зараз став широко відомим під назвою «Європейський Союз»).

Багатозначність цього слова пояснює, чому в багатьох країнах використовуються різні назви для найменування фондів громад. У Польщі їх називають «місцевими фондами», у

Німеччині вживають термін «фонди громадян» або «фонди міст», в Україні – «фонди громад» або «місцеві фонди».

Фонди громад працюють в чітко визначеному географічному регіоні, а грошові кошти, які вони залучають, мають здебільшого місцеве походження і тому, повинні використовуватися на місцевому рівні. Саме це робить їх одними з основних рушійних сил місцевого розвитку. Хоча в США велике число фондів громад зосереджують свою діяльність виключно в місті або в містечку, в Європі ситуація не завжди складається так само, оскільки багато фондів громад поширюють свою діяльність за межі міста (хоча деякі з цих організацій в США діють за межами своїх міст також).

Сконцентрованість на інтересах громади також означає, що фонд створюється для обслуговування всіх окремо взятих груп людей (багатих і бідних, молодих та літніх, чоловіків та жінок, різних за інтересами груп людей, соціальні/демографічні меншини тощо) та окремих територій. Льюїс Фельдштайн (Lewis Feldstein) йде ще далі, заявляючи: «Якщо ми хочемо діяти ефективно, ми повинні бути політично нейтральними, неупередженими, незалежними. Це не означає, що ми не можемо мати власних поглядів, що маємо стояти осторонь, коли приймаються рішення щодо складних питань. Це

означає, насамперед, що ми повинні намагатися всіма силами бути об'єктивними, аби нас не сприймали як організацію, що стоїть за певним політичним кандидатом або певною політичною партією».

Представницький та незалежний керівний орган

Аби добре знати свій регіон (потреби, можливості, рівні достатку, провідних місцевих діячів тощо), фонди громад повинні бути відкритими для всіх та залучати всі категорії людей та установ до своєї діяльності. Керівний орган (або органи) фонду громад повинні представляти громаду в усьому її розмаїтті. Відкритість дуже тісно пов'язана з підзвітністю. Оскільки фонд громади відкритий для кожного та належить кожному, він повинен бути прозорим в тому, що стосується встановлених процедур. Фонд громади повинен постійно забезпечувати широку спільноту та її донорів інформацією про мету, діяльність, порядок надання грантів та фінансове положення (через публікацію щорічного звіту).

Постійний та необмежений збір пожертв

У кожній країні, де діють фонди, здійснюється планування діяльності та вирішення питань на місцевому рівні в довгостроковій перспективі. CMF називає фонди громад «платформою для розбудови громади». Громаду не можна створити за рік, два, п'ять, двадцять, п'ятдесят років. Громада – це ніби живий організм, що змінюється з плином часу (з'являються нові люди, постають нові потреби, нові проблеми, нові можливості). Завдяки збору пожертв, який здійснюється на постійній основі, фонди громад мають змогу розвиватися разом з громадою та завжди брати активну участь в її житті, адекватно реагуючи на всі її потреби.

Довірчий фонд, фонд пожертв, недоторканий капітал або endowment (різні терміни, що використовуються у різних країнах для одного і того ж поняття) – це збір грошових коштів задля отримання доходів, що використовуватимуться на добродійні потреби (наприклад, через розподіл грантів місцевим неприбутковим організаціям). Наявність недоторканного капіталу забезпечує стабільність фондів громад, а донори отримують гарантію, що зроблені ними пожертви принесуть вагому користь в майбутньому.

Важливо зазначити, що відсутність недоторканного капіталу не суперечить принципам, на яких ґрунтується робота фондів громад. Ключем до успіху є наявність капіталу, з яким фонд громади міг би працювати і який він міг би розподіляти. У європейських країнах багато фондів громад не мають недоторканного капіталу взагалі або він зовсім невеликий. Однак вони відіграють значну роль на місцевому рівні, оскільки забезпечують свої громади додатковими ресурсами через безперервний потік грантів (гранти, які фонд

отримує та повністю видає на впровадження наперед визначених проектів).

Існують інші моделі філантропії громад, які не зосереджують свою діяльність виключно на формуванні недоторканного капіталу, а з успіхом займаються соціальними перетвореннями на території своїх громад. Проте збір пожертв та наявність недоторканного капіталу є важливим напрямком діяльності фондів громад, оскільки надає їм певної свободи дій. Наявність пожертв дає будь якому фонду реальну можливість вирішувати, що робити, куди інвестувати кошти, які гранти надавати. Також забезпечується можливість розробки реалістичної довгострокової стратегії розвитку місцевої громади.

Надання послуг донорам

Фонд громади – це організація, діяльність якої спрямована на обслуговування донорів. Зрештою, такий фонд не може існувати без внесків, і, щоб їх отримувати, він повинен розвивати стосунки з ймовірними донорами всередині громади. Розвивати стосунки означає професійно та гнучко задовольняти потреби донорів, забезпечувати ефективність способів здійснення внесків, виявляючи при цьому бажання служити інтересам донорів. Жоден донор не захоче робити внесок тому фонду громади, який не дослухається до його потреб і не намагається зробити процес здійснення внесків донорами якомога простішим.

Внески можуть робитися у формі грошових коштів, звичайних акцій і облігацій, майна або ж у формі натуральної допомоги. Донор, який має бажання допомогти громаді, може зробити внесок у формі грошових коштів, що не підуть на формування недоторканного капіталу, але використовуватимуться натомість напряму через певний проміжок часу для фінансування місцевих проектів (для забезпечення безперервного потоку грантів). Фонд громади здійснюватиме управління цими коштами, аби впевнитися, що вони надходять тим людям і проектам, яким вони дійсно потрібні. Іноді донори конкретно зазначають або рекомендують, яку саме сферу діяльності (які проекти) їм хотілося б підтримувати за рахунок зроблених внесків (так звані рекомендовані донором напрямки використання коштів, «іменні фонди» тощо).

Коли ми ведемо мову про донорів та внески, важливо розвіяти міф, що лише донори з великими статками можуть робити внески на користь фондів громад. Щоправда, щодо пожертв встановлюється певна сума, яку доводиться поступово збільшувати, аби фонд зміг виживати та надавати гранти, але фонди громад радо приймають всі внески і всі громадяни можуть брати участь в цьому процесі. Саме це надає фонду громади такого специфічного характеру з точки зору благодійності. До всіх внесків ставляться схвально (не лише до

внесків готівкою, але й до витрат власного часу, волонтерства тощо), аби перетворити фонд у реальний інструмент діяльності громади та її членів. На виході треба досягти такого становища, коли люди розуміють, що їхні внески, незважаючи на розмір, можуть змінити життя громади на краще.

Каталізатор життя громади

Роль, які відіграють фонди громад, можна з легкістю порівняти з роллю посередника, який полегшує здійснення проекту. Ці фонди об'єднують людей з різним рівнем освіти, сприяють встановленню партнерських стосунків між громадськістю та приватним сектором, підтримуючи в такий спосіб відвертий діалог та забезпечуючи успішну спільну діяльність. Оскільки фонди громад добре знають специфіку громади, яку вони обслуговують, вони можуть ініціювати впровадження нових проектів та відкривати нові горизонти перед представниками організацій та перед окремими особами, які мають бажання сприяти розвитку своєї місцевої громади; фонд перетворюється у справжній «каталізатор» розвитку, прискорюючи реакцію на рівні громади.

З іншого боку, оскільки фонди громад займають нейтральну позицію в своїх громадах, вони, загалом, більш правомочні, скажімо, в об'єднанні діаметрально протилежних груп опонентів, аніж державні організації. Це не означає, що такі фонди політично не заангажовані. Зрештою підтримка розвитку на місцевому рівні – певною мірою політична діяльність. Проте, такі фонди існують задля того, щоб вдовольнити потреби та інтереси громади в цілому й відтак, не представляти інтереси окремої групи, поступаючись інтересами іншої. Ситуації в реальному житті не носять такого прямолінійного та безкомпромісного характеру. Багато фондів громад можуть сформулювати свою власну політику в конкретній сфері, в результаті чого вони опиняться по якусь одну сторону політичного та соціального протистояння (наприклад, ухвалити політику, якою забороняється надавати гранти групам, що сповідують расистські принципи, або організаціям, що займаються дискримінацією прав жінок).

Деякі фонди громад здійснюють операційну діяльність. Фактично більшість з них здійснюють операційну діяльність. Однак багато з них поєднують надання послуг з наданням грантів і саме така своєрідна їх роль в громаді надає їм особливого статусу каталізатора та запобігає тому, що інші організації сприйматимуть їх як конкурентів в своїй сфері діяльності. Насправді, місцеві організації громадянського суспільства (ОГС) іноді можуть ставитися до фондів громад як до установ, що воліють впроваджувати водночас з ними ті ж само проекти та відтак, зажадають тих само джерел фінансування. Таке ставлення може зашкодити іміджу та репутації фондів громад,

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

але через надання грантів місцевим ОГС фонди громад зможуть якнайкраще виявити свою спроможність співпрацювати, створюючи «додаткову вартість» своєї діяльності, а також продемонструвати бажання забезпечити громаду додатковими ресурсами, не відвертаючи донорів від усталеного процесу надання пожертв. Демонструючи свою здатність залучати нові ресурси, здійснювати професійне управління коштами та розподіляти їх на благо всієї громади, фонди матимуть можливість запросити до столу переговорів місцеві ОГС та інші організації.

Отже, з наведеного вище переліку характеристик фондів громад зрозуміло, що такі фонди зорієнтовані, в першу чергу, на місцевий рівень. Вони направляють свої зусилля на визначені географічні території, де вони базуються. Вони мають на меті розвиток громади та поліпшення життя людей на територіях, на які вони поширюють свою діяльність. Наглядові чи опікунські Ради фондів формуються з місцевих мешканців, і всі їх дії підзвітні місцевій громаді. Як організації, що розвивають громадську філантропію, фонди місцевих громад заохочують громадянську дію та підтримують неприбуткові установи через свої грантодавчі програми. Фонди громад також відіграють ключову роль у створенні громадянського суспільства на своїх обмежених територіях.

Насамкінець, важливим є запитання: на кого повинні бути зорієнтовані фонди громад на громаду, чи на донора? Фонди, зорієнтовані на громаду, займаються справою розбудови громади. Вони зацікавлені у формуванні соціального капіталу, що може використовуватися для розв'язання проблем, спільних для всієї громади. Кошти донора – це інструмент, що дає фондам змогу встановлювати взаємини з донором, на якого можна впливати задля спільного блага, сподіваючись, що формування таких взаємовідносин призведе до здійснення в майбутньому благодійного внеску. Для фондів, зорієнтованих на громаду, кошти, що розподіляються за рекомендаціями донора, є засобом забезпечення цілі. Для фондів, зорієнтованих на донора, кінцевою метою визначено залучення донорських коштів та накопичення фінансового капіталу. Такі установи вважають реалізацію благодійних намірів кожного донора благом для громади та відводять собі роль посередників, що працюють задля задоволення благодійних намірів кожного донора. Прихильники цього підходу мають рацію в тому, що вважають, що громаді житиметься краще, якщо все більша кількість донорів долучатиметься до філантропічної діяльності.

Проблема полягає в тому, що фонди, зорієнтовані на донора, важче залучати до діяльності з надання підтримки громадам у визначенні та розв'язанні спільних для них проблем. Реальність

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

полягає в тому, що чим суперечливішим видається питання, тим ймовірніше, що фонд, зорієнтований на донора, уникатиме відповідальності за його розв'язання. Але це має робитися, аби активізувати рух. Проте слід пам'ятати, що фонди, зорієнтовані на донора, перш за все вдовольнятимуть потреби саме цього окремого донора.

Згідно моделі створення фонду, зорієнтованого на донора, в громаді повинна бути достатня кількість заможних людей, здатних надавати допомогу такому фонду. Не в усіх громадах навіть таких країн, як Великобританія, Німеччина та Сполучені Штати існує заможна еліта, на яку можна було б повсякчас розраховувати. Тому більш привабливою для громад є модель фондів, зорієнтованих на громаду, кінцева мета яких полягає в тому, аби залучити не лімітовані активи, управління якими здійснюватиме представницька рада лідерів громади, що будуть використані на задоволення найактуальніших потреб та розв'язання найгостріших проблем громади.

Додатки

Додаток 1 Соціологічна оцінка ситуації

У процесі створення системи сусідської взаємодопомоги були проведені два опитування координаторів та мешканців територій, охоплених програмою. У дослідженні аналізувалося те, яким чином програма «Сусідська взаємодопомога» вплинула на стосунки між мешканцями, а також між ними з одного боку і міліцією - з іншого.

В обох випадках, більшість висловилося за те, що відносини покращилися, а програма, стало бути, зіграла в цьому позитивну роль. Так, 80% респондентів вважають, що програма самим позитивним чином вплинула на стосунки між мешканцями, мотивуючи це тим, що мешканці «краще пізнали одне одного» (відзначили 21% респондентів), «з'явилися загальні інтереси» (11,3%), «загальними зусиллями зробили добру справу» (11,3%), «робота здружила» (9,4%), «стали більше спілкуватися один з одним» (6,9%). Тільки три людини відзначили негативний вплив програми на взаємини мешканців, вважаючи, що «занадто багато розмов, а мало справи».

Думка мешканців щодо того, наскільки програма «Сусідська взаємодопомога» вплинула на відносини між населенням будинків і міліцією, дещо менш оптимістично, однак, в цілому, також позитивно. 57% опитаних вважають, що в результаті відносини поліпшилися, ще 42% ратують за те, що ніякого конкретного впливу програми поки не видно. В цілому, наголошується, що «міліція стала більше брати участь у житті населення» (відзначили 14% респондентів), «уважніше ставитися до звернень громадян» (4%), «почалося патрулювання біля дому» (1,88%). 6% респондентів вважають, що завдяки програмі істотно покращився взаєморозуміння між населенням та міліцією, а ще 7% заявляють, що міліція зробила конкретну допомогу по установці в під'їзді залізних дверей.

Дані дослідження продемонстрували, що більше половини опитаних (54%) особисто взяли участь в будівництві приміщення для охорони, ремонті під'їзду, в якихось інших роботах в рамках реалізації програми «Сусідська взаємодопомога». Нижче в таблиці представлені зведені дані про те, наскільки оптимістично оцінюють мешканці будинків відбулися зміни крізь призму їх ефективності (з точки зору поліпшення безпеки, зовнішнього вигляду під'їзду, санітарно-гігієнічного стану під'їзду). Дані у таблиці 1 представлені в відсотках.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

ТАБЛИЦЯ 1.

№	Критерії оцінки	Так	Ні	Немає відповіді
1	Підвищення безпеки житла	93,8	3,1	3,1
2	Підвищення особистої безпеки	91,3	3,1	5,6
3	Поліпшення санітарно-гігієнічного стану під'їзду	95,6	2,5	1,9
4	Поліпшення зовнішнього вигляду / дизайну під'їзду	91,9	2,5	5,6

Що стосується відгуків на встановлення додаткових замків і ланцюжків на дверях квартири, то тут спостерігається рідкісна єдність: лише лічені одиниці зазначили, що дані кошти не допомогли їм підвищити безпеку житла та особисту безпеку.

Дуже високий відсоток тих, хто бажав би і в майбутньому брати участь у програмі «Сусідська взаємодопомога». Серед координаторів з сільських районів він досяг 100%. Що стосується координаторів з міського району, то тут 81% учасників програми висловили однозначне бажання брати участь в ній і надалі.

Все це гарно та дійсне ефективно.

Ще декілька вражень від програми «Сусідська взаємодопомога» **Ольги Іванівні Бондури**: «Два величезних дев'ятиповерхових будинки переходять на обслуговування в наш ЖЕК. Вони абсолютно занедбані, а мешканці зовсім неорганізовані. У нас в планах спільно з громадською організацією організувати мешканців і налагодити охорону у всіх багатоповерхівках, захистити комунікації в підвалах і на горищах від проникнення бомжів та інших кримінальних елементів. Те, що крадуться частини ліфтового господарства небезпечно для життя людей. Не менш небезпечні наркоманські притулки в підвалах. При загальній бідності населення, коли так мало коштів ми можемо витратити на прибирання сміття, ремонт і підтримку в робочому стані комунікацій, дуже своєчасна і істотна допомога британської сторони у наданні навісних замків на дверях підвалів і горищ.

Ми дуже вдячні британській стороні, що вони підібрали таку

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

чудову команду громадської організації, яка відкрито, гласно і ефективно реалізовувала програму «Сусідська взаємодопомога» та сумлінно і чесно розподіляла ресурси програми «Попередження злочинів», активно співпрацювала з ЖЕКом, міліцією, представниками депутатського корпусу та органів влади. Дуже багато зроблено, і ні в якому разі не можна зупинитися на досягнутому. Завдяки британській стороні люди повірили в плідність співпраці з міліцією, подивилися на своє життя під іншим кутом і сподіваються на вашу підтримку у розвитку програми «сусідська взаємодопомога».

1. СТИСЛА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИБІРКОВОЇ СУКУПНОСТІ

У дослідженні взяли участь мешканці багатоповерхових будинків, які були задіяні в програмі «Сусідська взаємодопомога».

Середній вік респондентів - 52,3 років. Мінімальний - 19 років, максимальний - 80 років.

Статеву структуру виражено в наступній пропорції: чоловіки - 34%, жінки - 66% опитаних.

38% респондентів заявили про те, що вони мають вищу (незакінчену вищу освіту), 34% мають середню спеціальну освіту, 22% - середня освіта і тільки 6% опитаних - початкова або неповна середня.

Майже третина респондентів мають повну зайнятість, 34% від загального числа мешканців, які взяли участь в опитуванні - непрацюючі пенсіонери, 15% - працюючі пенсіонери.

Більше половини опитаних (52%) заявили про те, що їхнє матеріальне становище важке, вистачає на харчування. Ще 28% мешканців зазначили, що їм вистачає на їжу та одяг, але досить важко придбання товарів тривалого користування. Ще 9% респондентів ледве зводять кінці з кінцями.

2. ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ УЧАСТІ У ПРОГРАМІ.

Всім респондентам, які взяли участь в опитуванні, було поставлено питання, що досліджує мотивацію прийняття позитивного рішення щодо власної участі у програмі «Сусідська взаємодопомога». Майже кожен четвертий наголосив на необхідності досягнення безпеки проживання, а в середньому кожен п'ятий опитаний висловився більш абстрактно - «потрібне, корисна справа», мабуть, маючи на увазі весь комплекс можливих

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

позитивних наслідків даної програми. В цілому, основні запропоновані мотиви так чи інакше пов'язані з необхідністю впорядкування під'їзду. Відзначимо також, що 5% від загального числа респондентів зайняли свого роду «цивільно-патріотичну» позицію «Порядок в під'їзді - порядок в країні» (як показали додаткові розрахунки, в основному, це люди похилого віку).

Загальні результати по даному питанню представлені в таблиці 2.

ТАБЛИЦЯ 2

№	МОТИВ	% респондентів
1	«Порядок в під'їзді - порядок в країні»	5,0
2	Безпека	23,8
3	Чистота в під'їзді	11,9
4	Порядок в під'їзді	17,5
5	Потрібна, корисна справа	21,3
6	Дана акція сприяє об'єднанню мешканців	7,5
7	Колись сам постраждав (крадіжки)	1,25
8	інше	1,25
9	Не відповіли	11,5

3. РЕАКЦІЯ НАСЕЛЕННЯ НА ЗУСТРІЧІ з дільничними інспекторами.

Понад 60% мешканців брали участь у зустрічах з дільничним інспектором міліції. Деталізуючи даний факт, відзначимо, що із загального числа відвідувачів, 40% обмежилися однією зустріччю, 11% - двома, ще 9% мешканців відвідали більше двох зустрічей (тут слід зазначити, що 40% не відповіли на питання).

У той же час, 78% респондентів зазначили, що отримували від співробітника міліції друковану інформацію про попередження злочинів. В основному, дана інформація була оцінена позитивно:

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

однозначно негативну оцінку висловили тільки кілька людей, хоча більша частина відповідей (40%) свідчить лише про відносну корисність друкованої інформації. В анкеті було запропоновано кожному дати свою оцінку за десятибальною шкалою. Зведені дані представлені на діаграмі 11.

Особливо відзначимо той факт, що рівно половина респондентів з тих, хто в третьому питанні відзначили, що друкована інформація була для них дуже корисна, в ряду з десяти позицій вибрали позицію № 10, що свідчить про послідовність у викладі своєї точки зору, а також уважності при заповненні анкети, так як ці два питання в самій анкеті були розведені по різних місцях.

Як вже було зазначено вище, лише лічені одиниці мешканців, які брали участь в дослідженні, вважають, що друкована інформація не несла в собі ніякої користі. Фактично, подальша отримана інформація свідчить про те, що ці кілька людей сприйняли дану друковану продукцію як своєрідний обман, а тому й поставилися до неї скептично.

Набагато більш різни думки про те, чому дану інформацію визнали корисною. Так, кожен четвертий опитаний заявив про те, що корисність пов'язана, в першу чергу, з тим, що дана інформація стосувалася безпеки проживання. 13% респондентів вважають, що «це має знати кожен», а ще 8% розглядають її як нагадування про пильність. Нарешті, по 5% від загального числа респондентів зазначили, що дільничний міліціонер допоміг їм, таким чином, «розібратися з розумінням криміногенної обстановки в районі», а також посприяв тому, що «ми всі тепер знаємо, куди звертатися в критичні моменти».

4. ДІЯ ПРОГРАМИ НА ДВІ СИСТЕМИ ВЗАЄМОВІДНОСИН

У дослідженні аналізувалося те, яким чином програма «Сусідська взаємодопомога» вплинула на стосунки між мешканцями, а також між ними з одного боку і міліцією - з іншого.

В обох випадках, більшість висловилося за те, що відносини покращилися, а програма, стало бути, зіграла в цьому позитивну роль. Так, 80% респондентів вважають, що програма самим позитивним чином вплинула на стосунки між мешканцями, мотивуючи це тим, що мешканці «краще пізнали одне одного» (відзначили 21% респондентів), «з'явилися загальні інтереси» (11,3%), «загальними зусиллями зробили добру справу» (11,3%), «робота здружила» (9,4%), «стали більше спілкуватися один з одним» (6,9%). Тільки три людини відзначили негативний вплив програми на взаємини мешканців, вважаючи, що «занадто багато розмов, а

мало справи», а крім того, «хтось просто ховає за цим свої брудні справи».

Думка мешканців щодо того, наскільки програма «Сусідська взаємодопомога» вплинула на відносини між населенням будинків і міліцією, дещо менш оптимістично, однак, в цілому, також позитивно. 57% опитаних вважають, що в результаті відносини поліпшилися, ще 42% ратують за те, що ніякого конкретного впливу програми поки не видно. В цілому, наголошується, що «міліція стала більше брати участь у житті населення» (відзначили 14% респондентів), «уважніше ставитися до звернень громадян» (4%), «почалося патрулювання біля дому» (1,88%). 6% респондентів вважають, що завдяки програмі істотно покращився взаєморозуміння між населенням та міліцією, а ще 7% заявляють, що міліція зробила конкретну допомогу по установці в під'їзді залізних дверей. Єдиний «негативний відгук» пов'язаний з думкою про те, що вищезгадана програма є «прямим втручанням в особисте життя громадян».

На закінчення даного розділу зазначимо, що більш оптимістично вплив програми на дві системи взаємин бачать чоловіки, а також люди старшого віку.

5. УСТАНОВКА МЕТАЛЕВИХ ДВЕРЕЙ І ОРГАНІЗАЦІЯ ОХОРОНИ ПІД'ЇЗДУ КРИЗЬ ПРИЗМУ ДУМОК МЕШКАНЦІВ БАГАТОПОВЕРХІВОК

Переважає більшість мешканців, які взяли участь в опитуванні, зазначили, що вони вносили певну суму за встановлення сторожки, а також продовжують щомісяця вносити меншу суму на оплату праці вахтера. Більшість будинків в якості такої щомісячної плати встановили суму в 5 гривень, про що свідчить думку наших респондентів (таку суму назвали 46% опитаних). Інша називалася сума (6 гривень - відзначили 11%) зустрічається набагато рідше. Решта відсотки припадають на неотвѣтивших на дане питання респондентів (43%).

Що стосується середньої величини сум, які вносилися спочатку за установку сторожки, то, на наш погляд, розраховувати її нераціонально, так як об'єктом дослідження виступали мешканці будинків різних типів, з різною кількістю поверхів і різною кількістю мешканців. Зведені дані про розподіл даних сум представлені на діаграмі 2, де відображені відсоток респондентів, які назвали різні суми. Тут чітко показано, що найбільш часто зустрічається сумою є сума в 30 гривень.

Дані дослідження продемонстрували, що більше половини опитаних (54%) особисто взяли участь в установці сторожки, ремонті під'їзду, в якихось інших роботах в рамках програми

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

«Сусідська взаємодопомога». Нижче у таблиці 3 ми представили зведені дані про те, наскільки оптимістично оцінюють мешканці будинків відбулися зміни крізь призму їх ефективності (з точки зору поліпшення безпеки, зовнішнього вигляду під'їзду, санітарно-гігієнічного стану під'їзду). Дані представлені в відсотках.

ТАБЛИЦЯ 3.

№	Критерії оцінки	Так	Ні	Немає відповіді
1	Підвищення безпеки житла	93,8	3,1	3,1
2	Підвищення особистої безпеки	91,3	3,1	5,6
3	Поліпшення санітарно-гігієнічного стану під'їзду	95,6	2,5	1,9
4	Поліпшення зовнішнього вигляду / дизайну під'їзду	91,9	2,5	5,6

Переважає більшість мешканців позитивно відгукнулося про наслідки нововведень, про їх ефективність: найбільш позитивну оцінку викликало поліпшення санітарно-гігієнічного стану під'їзду. Що стосується відгуків на встановлення додаткових замків (ланцюжки) на дверях квартири, то тут не дуже значний відсоток тих, хто взагалі відповів на ці питання - трохи більше половини від загального числа респондентів. Однак серед відповілих спостерігається рідкісна єдність: лише лічені одиниці зазначили, що дані кошти не допомогли їм підвищити безпеку житла та особисту безпеку.

Відзначимо також, що близько 40% опитаних заявили, що їм необхідна додаткова інформація щодо забезпечення особистої безпеки і безпеки свого житла. Основним мотивом вибору такої позиції було те, що подібна інформація потрібна, корисна і ніколи не буде зайвою, оскільки нинішня навколишнє оточення змушує бути весь час напготові.

Цікаві уявлення мешканців будинків про те, чому всі перераховані вище заходи (установка сторожки, металевих дверей) не були здійснені раніше. Більша частина респондентів схильється до того, що не було ініціатора (відзначили 35%), ще 26% нарікають на незavidне матеріальне становище жителів під'їзду, а 9% респондентів, плюс до всього, нарікають на те, що не всі мешканці

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

висловили своє одностайне згоду по приводу організації даних нововведень (тут незгоду, мабуть, також, в основному, упирається в матеріальні проблеми). Відзначимо особливо, що 11% респондентів, розраховуючи, мабуть, на «зовнішню» ініціативу, поскаржилися на неучасть у вирішенні даного питання ЖЕКу, а ще 6% заявили, що нічого не чули про цю програму.

6. УЯВЛЕННЯ РЕСПОНДЕНТІВ ПРО ПОДАЛЬШУ УЧАСТЬ У ПРОГРАМІ.

В одному з питань анкети, респондентам пропонувалося поміркувати про те, якими ще питаннями могла б займатися програма «Сусідська взаємодопомога». В результаті був запропонований досить великий перелік проблем. Зведена інформація з даного питання представлена в таблиці 4.

ТАБЛИЦЯ 4.

№	Можливі напрямки роботи програми	% Респондентів
1	Благоустрій дворів, під'їздів	16,9
2	Допомога пенсіонерам, малозабезпеченим, інвалідам	15,6
3	Побутові питання	6,3
4	Організація безпеки у дворі	3,8
5	Бесіди / лекції про злочинність в районі	5,6
6	Турбота морально-правових засадах молоді	6,9
7	Організація технічного зв'язку з міліцією	3,1
8	Організація дозвілля	1,9
9	Немає відповіді	39,9

Звертає на себе увагу досить високий відсоток на користь

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

турботи про морально-правові засадах виховання молоді, а також високий відсоток людей, які не відповідали (майже 40%) на це запитання.

Якщо майбутнє програми в цілому бачиться жителям багатоповерхівок досить оптимістичним, то своє власне участь кожен респондент окремо не завжди підтверджує. Так 12% опитаних не виявили бажання надалі брати участь у програмі «Сусідська взаємодопомога». Називалися три основні причини такої позиції: «брак часу» (відзначили 7,5% респондентів), «за станом здоров'я» (2,5%), а також те, що «програма погано відпрацьована» (0,63).

Однозначне бажання брати участь в програмі висловило 53% опитаних мешканців. Решта 35% погодилися, але за певних умов. Умови були «висунуті» такі: «реальна допомога влади» (відзначили 6,3% респондентів), «активна участь ЖЕКу» (10%), «при оплаті моєї праці» (5,0%), «працювати тільки у вільний час» (4,4%). Серед інших, рідше зустрічаються умов, відзначимо насамперед такі як «потрібен екстрений зв'язок з міліцією» (1,3%), «візьму участь, якщо будуть сили і здоров'я» (1,9%), «якщо програма буде більш офіційною, зареєстрованою» (1,9%), «якщо при роботі будуть враховуватися вікові критерії» (1,3%).

Особливо відзначимо той факт, що чоловіки охочіше погоджуються брати участь в програмі, не висуваючи при цьому умов, ніж жінки. Серед тих, хто висував умову оплати праці, практично немає чоловіків, зате, в основному, саме чоловіки говорили про те, що програма повинна стати «більш офіційною». Крім того, серед тих, хто чекає допомоги влади, в 2 рази більше жінок, ніж чоловіків, а проте, серед тих, хто ратує за більш активну участь ЖЕКу в подальшому ході програми, як раз саме чоловіків в 2 рази більше, ніж жінок.

Післямова

Люди часто нарікають на життя, на його проблеми, складнощі і зазвичай шукають винуватців своїх негараздів зовні.

А життя насправді не складне і не просте, а лише таке, яке ми самі собі створили, на що хватило нам розуму, вміння, терпіння, а ще... любові. Бо ж так хотілося б, щоб все, що ми створюємо супроводжувалося любов'ю.

В нашому місті багато складних життєвих питань ми намагаємося вирішувати для себе всією громадою. Це тоді, коли влада разом з громадою і для громади.

Цій цілі ось уже 12 років поспіль слугує міський соціальний проект «Єдина соціальна мережа», який збирає розрізнені зусилля активних небайдужих харків'ян задля розбудови свого міста, його безпечної та комфортної життєдіяльності, розвитку ринку соціальних послуг. Партнерами проекту за цей час стали понад 100 об'єднань громадян соціальної спрямованості. Вони, реалізуючи затребувані громадою соціальні проекти, спілкуються між собою і розповідають про свої надбання, про те, що знають, вміють і хочуть поділитися з усіма. Розповідають про це на сторінках своїх періодичних видань, в інформаційних соціальних вісниках міської ради, на конференціях, круглих столах, робочих зустрічах, висвітлюють на інформаційних сайтах, адже всім уже давно відомо, що «той хто володіє інформацією, той володіє світом...».

Одним з таких надбань на сторінках цього видання з вами ділиться ХОГО «Асоціація розвитку спільнот». Мені дуже імпонує назва цієї організації, бо в ній закладено глибинний зміст і потужний напрямок роботи. А ще – ті, хто в ній працюють, бо це – розумні, толерантні, небайдужі жителі міста Харкова, які своєю громадянською позицією взяли добровільне служіння своїй територіальній громаді і гідно. з любов'ю виконують це вже 10 років поспіль.

**Ольга Мохнач,
заступник начальника управління –
начальник відділу розвитку соціальних послуг,
секретар Експертної ради по реалізації
міського соціального проекту «Єдина соціальна мережа»**

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Інформація про Асоціацію розвитку спільнот

Харківське обласне громадське об'єднання «Асоціація розвитку спільнот» – добровільна недержавна неприбуткова громадська організація, що об'єднує суспільно активних громадян на засадах єдності інтересів для спільної реалізації своїх прав і свобод та була зареєстрована як юридична особа 27 вересня 2002 року.

Цілями організації є:

- забезпечення сприятливих умов для регуляції та інформаційного забезпечення діяльності організацій громадянського суспільства;
- побудування ефективних моделей міжсекторальної співпраці;
- розвиток інфраструктури місцевого самоврядування;
- сприяння створенню і сталому розвитку місцевих громад.

Поточна діяльність організації:

- підтримка і розвиток інтернет-порталів «Єдина Соціальна Мережа» (esm.kharkov.ua), «Харків соціальний» (social.kharkov.ua), «Соціальне замовлення в Україні» (soczakaz.org.ua);
- видання друкованого довідника «Ринок соціальних послуг Харкова»;
- проведення тренінгів та семінарів з громадянської освіти, взаємодії з органами влади, бізнес-структурами, створення конкурентних соціальних послуг;
- адвокатування інтересів членів місцевих громад при взаємодії з державними структурами;
- консультування з питань організації ефективних інформаційних систем організацій та зв'язків з громадськістю в інтернет;
- консультації щодо можливостей самоорганізації й створення груп самопідтримки;
- дизайн, розробка, друк інформаційних матеріалів.

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Серед виконаних проектів організації можна виділити основні:

- «ASSIST1» - «Втілення британського досвіду моделі «сусідської взаємодопомоги» («Neighborhood watch») в громадах Харкова та області» (DFID, 2002-2003);
- «Підвищення рівня доступності інформації про соціальні послуги і діяльність громадських організацій Харківщини» — створення інтернет-порталу «Харків соціальний»;
- Перша розробка концепції спільно з управлінням праці та соціального захисту населення та видання довідника «Ринок соціальних послуг міста Харкова»;
- «Регіональні кампанії громадського впливу для захисту і представлення інтересів ОГС в упорядкуванні нового законодавства про соціальні послуги»;
- «Розвиток регіонального потенціалу по неупередженому інформуванню громадськості учасниками громадянського суспільства»;
- «Впровадження практики громадського контролю механізму соціального замовлення на рівні територіальної громади»;
- «Підвищення якості та адресності соціального інформування в місті Харкові»;
- «Підвищення ефективності мережі соціального партнерства через розвиток соціального інтернет-порталу міста «Харків Соціальний»;
- «Створення діючої моделі Центру інформування громадян міста, що потребують соціальних послуг»;
- «Створення координаційного Центру інформування громадян міста про соціальні послуги»;
- «Підтримка, розвиток та вдосконалення соціального інтернет-порталу міста «Харків Соціальний»;
- «Регіональна кампанія з енергоефективності»;
- «Збільшення ефективності витрачання бюджетних коштів місцевого самоврядування на соціальний захист населення через розвиток механізму соціального замовлення»;
- Видання довідника «Ринок соціальних послуг міста Харкова 2009» 3 випуск ;
- «Новітні соціальні технології в роботі НУО українсько-російського прикордоння»;

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

- «Розробка та апробація механізму багатоканального фінансування соціальних проектів НДО»;
- «Супровід та розвиток інтернет-порталу «Єдина соціальна мережа»;
- Видання довідника «Ринок соціальних послуг міста Харкова 2012» 4 випуск

Досягнення, які має наша організація у реалізації проектів:

- Набуто досвід аналізу великої кількості документації при розробці рекомендацій з покращення ЗУ «Про соціальні послуги» (прийнято до розгляду КМУ) та громадського врядування механізму соціального замовлення в місті Харкові (прийнято та затверджено профільним виконавчим органом місцевого самоврядування);
- Набуто досвід аналізу методик самоорганізації громадськості, розробці та втілення у життя української моделі «сусідської взаємодопомоги» («Neighborhood watch») в громадах Харкова та області — Дергачівський район;
- Створено та видано 7 друкованих збірок та більш ніж 30 різновидів масової інформаційної продукції (буклети, листівки);
- Досвід розробки та проведення тренінгів по технології взаємодії НДО та органів місцевого самоврядування, самоорганізації населення, управлінню ОГС та використанню інформаційно-комунікаційних технологій в діяльності ОГС, енергоефективності (більш ніж 40 тренінгів);
- Досвід модераторства подій (більш ніж 30 заходів).

Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування,
НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Довідкове видання

«Ефективна взаємодія органів місцевого самоврядування, НДО та населення за методикою «Сусідська взаємодопомога»

Здано в набір 20.04.2012. Підписано до друку
23.04.2012.

Формат 60x90 1/8. Папір офсетний. Гарнітура
Verdana.

Спосіб друку офсет. Умов. друкованих аркушів 12,41.
Наклад 500 прим. Замовлення №18 от 23.04.2012.

Надруковано ФЛ-П Черняк Л.А.

Свідоцтво №2480 000 0000 079553 від 16.05.2007.