

МІНІСТЕРСТВО УКРАЇНИ У СПРАВАХ СІМ'Ї,
МОЛОДІ ТА СПОРТУ
ДЕРЖАВНИЙ ІНСТИТУТ РОЗВИТКУ СІМ'Ї ТА МОЛОДІ

**Методичний посібник з питань створення та
діяльності молодіжних і дитячих громадських
організацій в Україні**

КИЇВ 2007

Керівник авторського колективу А.Г. Зінченко канд. істор. наук

Авторський колектив:

А.І. Білий, І.А. Жданова, канд. істор. наук; Л.Є. Леонтєва, канд. істор. наук; Н.Ф. Романова, канд. пед. наук; Ф.М. Герасимчук, А.В. Горін, Т.М. Колос, М.М. Костючок, М.А. Саприкіна, А.Л. Стрелковська

Рецензенти

Є.І. Бородин канд. істор. наук; В.А. Головенько канд. політ. наук

Рекомендовано до друку вченою радою Державного інституту розвитку сім'ї та молоді (протокол № 2/07 від 21 червня 2007 р.)

Редактор

Ю. Г. Попсуєнко

Запропонований методичний посібник містить рекомендації щодо створення та діяльності молодіжних і дитячих громадських організацій в Україні. У посібнику розглянуто технології стратегічного планування, проведення організаційної роботи, лобіювання, особливості налагодження зв'язків із громадськістю.

Розраховано на лідерів молодіжних та дитячих громадських організацій, управлінців неприбуткових організацій, викладачів і студентів закладів освіти I–IV рівнів акредитації, що готуються до роботи у соціальній сфері, а також усіх зацікавлених тематикою створення та діяльності громадських організацій в Україні.

ЗМІСТ

Вступ.....	5
Розділ 1. ОСНОВНІ ЕТАПИ СТВОРЕННЯ ТА ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	8
Розділ 2. ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ДІЯЛЬНОСТІ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	22
2.1. Стратегічне планування діяльності громадської організації.....	22
2.2. Проведення організаційної роботи.....	29
2.3. Технології розробки та впровадження проєктів.....	38
2.4. Оцінювання ефективності соціальних проєктів.....	57
Розділ 3. ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ДІЯЛЬНОСТІ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	66
3.1. Основна мета, завдання PR у діяльності громадських організацій.....	66
3.2. Особливості змісту та форм комунікаційного процесу громадських організацій.....	71
3.3. Технології лобіювання у діяльності громадських організацій.....	80
3.4. Етичні засади діяльності громадських організацій.....	84
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	88
ДОДАТКИ.....	91
Додаток 1. Статут молодіжної громадської організації „Молодь Києва”. <i>Зразок</i>	91
Додаток 2. Заява. <i>Зразок</i>	99
Додаток 3. Протокол №1 Установчих Зборів молодіжної громадської організації „Молодь Києва”. <i>Зразок</i>	100
Додаток 4. Відомості про склад керівництва центральних статутних органів громадської молодіжної організації “Молодь Києва”. <i>Зразок</i>	102

Додаток 5. Відомості про засновників громадської молодіжної і громадської організації „Молодь Києва”. <i>Зразок</i>	103
Додаток 6. Гарантійний лист від установи про те, що вона надасть приміщення під юридичну адресу молодіжної громадської організації „Молодь Києва”. <i>Зразок</i>	104
Додаток 7. Заява від власника і всіх співвласників про те, що вони не заперечують, що за даною адресою знаходитиметься громадська організація та ксерокопія документа, який підтверджує право власності на квартиру. <i>Зразок</i>	105
Додаток 8. Програма навчального модуля „Формування здорового способу життя у молодіжному середовищі” для лідерів молодіжних громадських організацій в Україні.....	106
Додаток 9. Зразок проекту «Конкурс дитячого малюнка „Наше здоров’я – багатство України”».....	117
Додаток 10. Декларація етичних засад діяльності організацій громадянського суспільства України.....	124

ВСТУП

Розбудова громадянського суспільства неможлива без існування і діяльності розгалуженої мережі громадських організацій, в т. ч. молодіжних та дитячих. Держава зацікавлена у розвитку молодіжного руху. Це об'єктивна умова, оскільки розв'язання соціальних проблем молоді можливе загалом такими шляхами:

- зусиллями самої держави;
- зусиллями самої молоді;
- об'єднанням зусиль органів державної влади та громадських організацій шляхом державної підтримки ініціативи молодіжних та дитячих громадських організацій, стимулювання молоді до самостійного розв'язання своїх проблем.

На думку авторів, третій шлях, який організаційно полягає у співпраці органів державної влади і молодіжних організацій — це спосіб залучення молоді до розбудови держави, використання потенціалу молоді як в інтересах суспільства, конкретного регіону, так і для блага окремих молодих людей. Тим більше, що серед усіх основних інститутів соціалізації молоді саме їм юнаки та дівчата виявляють досить високу довіру. За даними соціологічних досліджень, які проводилися Державним інститутом розвитку сім'ї та молоді спільно з громадською організацією „Український інститут соціальних досліджень” та Центром „Соціальний моніторинг” [17, с.213] впродовж останніх років, серед респондентів віком від 18 до 28 років кількість тих, хто довіряє молодіжним організаціям, навіть більша від тих, хто довіряє, наприклад, Президенту України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України, політичним партіям (Див. табл. 1).

Серед загальної кількості громадських організацій, які створені і діють в Україні (понад 150 тис.), молодіжних організацій лише 5%. При цьому слід відзначити, що темпи утворення громадських молодіжних та дитячих об'єднань з кожним роком зростають. За даними Держкомстату України, якщо впродовж 1994—1999 рр. кількість всеукраїнських молодіжних та дитячих об'єднань зросла майже удвічі, то впродовж 2000—2005 рр. — більше ніж утричі й становить на початок 2006 р. — 153. Поглиблюється процес становлення структур молодіжного руху на місцевому рівні: за даними Держкомстату України, впродовж 2001—2005 рр. кількість легалізованих молодіжних і дитячих об'єднань у цілому по країні зросла більше ніж удвічі — з 3540 до 7221.

Таблиця 1

Динаміка рівня довіри молоді віком від 18 до 28 років до органів влади

(Сума відповідей „Повністю довіряю” та „Скоріше довіряю, ніж ні”), %

<i>Органи влади</i>	<i>05. 2002р.</i>	<i>06. 2003р.</i>	<i>05. 2004р.</i>	<i>05. 2005р.</i>	<i>01. 2006р.</i>
Президент України	24	23	24	64	39
Прем'єр-міністр України	39	33	34	58	33
Кабінет Міністрів України	30	25	28	48	27
Верховна Рада України	24	21	22	38	24
Політичні партії	21	18	16	28	21
<i>Молодіжним організаціям</i>	<i>40</i>	<i>34</i>	<i>44</i>	<i>51</i>	<i>47</i>

Сучасна державна молодіжна політика сприяє створенню й діяльності молодіжних та дитячих громадських організацій як своєрідного посередника між молоддю і державними органами.

По-перше, в Україні продовжує активно формуватися законодавча база діяльності молодіжних та дитячих громадських організацій. Прийняті Декларація “Про Загальні засади державної молодіжної політики” (1992), Закони України “Про сприяння становленню та розвитку молоді в Україні” (1993), “Про молодіжні та дитячі громадські організації” (1998), “Про Загальнодержавну програму підтримки молоді на 2004–2008 роки” (2003). Окрім цих базових законів, прийнято низку законодавчих актів, що регламентують порядок здійснення державної молодіжної політики в цілому, визначають напрями діяльності громадських молодіжних і дитячих організацій.

По-друге, діє механізм надання фінансової підтримки молодіжним громадським організаціям для реалізації їхніх соціальних програм (для організацій всеукраїнського рівня ці кошти щорічно передбачаються у Державному бюджеті України, для регіональних організацій — у місцевих бюджетах), передбачена пільгова система їх оподаткування як неприбуткових організацій, здійснюється державна інформаційно-методична підтримка. Безумовно, всі ці форми державної підтримки сприяють активному розвитку молодіжного руху, його кількісному і якісному зростанню.

Проте слід відзначити що, попри кількісне зростання молодіжних та дитячих громадських організацій, чисельність дітей та молоді, які є

їхніми членами, за даними досліджень Державного інституту розвитку сім'ї та молоді, залишається досить низькою — їх лише 2–3% від загальної кількості молоді.

Негативно впливає на залучення молоді до молодіжних громадських організацій той факт, що молоді люди, як і населення в цілому, недостатньо обізнані з їхньою діяльністю. Тим часом певні позитивні зміни тут усе-таки спостерігаються. Так, за матеріалами соціологічних досліджень, якщо у 2000 р. 69% молодих людей нічого не знали про існування таких організацій, то у 2006 р. їх відсоток зменшувався до 43%.

Діяльність молодіжних і дитячих громадських організацій досить різнопланова за напрямками: зокрема це вирішення різноманітних соціальних, професійних, освітніх питань молоді, забезпечення її соціального захисту. Водночас, проблеми підвищення професіоналізму громадських організацій, в т. ч. дитячих і молодіжних, активізація їхньої діяльності на всій території країни, розвиток корпоративного та соціального партнерства потребують подальшого вдосконалення і вирішення.

Виходячи зі сказаного авторський колектив підготував методичні рекомендації, які, на нашу думку, стануть у пригоді лідерам молодіжних та дитячих організацій як тих, що вже активно діючих, так і новостворених.

РОЗДІЛ І. ОСНОВНІ ЕТАПИ СТВОРЕННЯ ТА ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

У будь-якому демократичному суспільстві державні органи не в змозі повною мірою охопити і вирішити всі проблеми, що постають перед суспільством. Часто ці проблеми притаманні лише тому чи іншому регіону, тій чи іншій соціальній або віковій групі населення. Тому громадяни задля задоволення своїх спільних соціальних, економічних, вікових, національно-культурних, спортивних та інших інтересів, тобто вирішення своїх спільних проблем, створюють громадські організації або політичні партії.

Участь у діяльності громадських організацій, інших об'єднань громадян надає також можливість самореалізації, саморозвитку та формуванню лідерських якостей. Крім того, громадяни, об'єднуючись у різноманітні організації, мають можливість впливати на органи державної влади, активно включатися в усі суспільні процеси, що відбуваються у країні.

Закон України „Про об'єднання громадян” визначає, що громадською організацією є об'єднання громадян для задоволення та захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших інтересів.

Громадські організації створюються і діють на основі добровільності, рівноправності їхніх членів, самоврядування, законності та гласності. Вони вільні у виборі напрямів своєї діяльності.

Законодавством країни передбачена також можливість існування молодіжних та дитячих громадських організацій. Особлива відмінність, що відрізняє молодіжні та дитячі організації від інших громадських організацій, — це вік їхніх членів. Відповідно до українського законодавства молодіжними громадськими організаціями прийнято вважати об'єднання громадян віком від 14 до 35 років, метою яких є здійснення діяльності, спрямованої на задоволення та захист своїх законних соціальних, економічних, творчих, духовних та інших спільних інтересів. Дитячі громадські організації визначаються законодавством як об'єднання громадян віком від 6 до 18 років, метою яких є здійснення діяльності, спрямованої на реалізацію та захист своїх прав і свобод, творчих здібностей, задоволення власних інтересів, що не суперечать законам України, та соціальне становлення як повноправних членів суспільства.

Особи старшого віку можуть бути членами молодіжних та дитячих громадських організацій за умови, якщо їх кількість у цих організаціях не перевищує одну третину загальної кількості членів. Те саме стосується складу виборних керівних та контролюючих органів організацій. Неповнолітні віком до 10 років можуть бути членами дитячих організацій лише за письмовою згодою батьків, усиновителів, опікунів або піклувальників.

Слід пам'ятати, що співвідношення віку членів організації має бути не тільки на момент реєстрації, а й протягом часу її діяльності. В іншому разі це об'єднання втрачає статус молодіжної або дитячої громадської організації. Членами будь-яких інших громадських організацій, крім молодіжних та дитячих, можуть бути особи, що досягли 14 річного віку.

Якщо виникло бажання утворити молодіжну громадську організацію (далі — МГО), то перед усім необхідно ознайомитись із законодавством, що регулює порядок створення та діяльності громадських організацій в Україні: Законами України „Про об'єднання громадян”, „Про молодіжні та дитячі громадські організації” та постановами КМУ „Про затвердження Положення про порядок легалізації об'єднань громадян” від 26 лютого 1993 р. №140, „Про порядок реєстрації символіки об'єднань громадян” від 26 лютого 1993 р. № 144.

Згідно із законодавством, МГО утворюються за територіальним принципом і з усеукраїнським, місцевим та міжнародним статусом. До всеукраїнських об'єднань громадян належать об'єднання, діяльність яких поширюється на територію всієї України і які мають місцеві осередки в більшості її областей.

Місцевий статус мають об'єднання громадян, діяльність яких поширюється на територію відповідного регіону або адміністративно-територіальної одиниці. До міжнародних належать об'єднання громадян, діяльність яких поширюється на територію України і хоча б однієї іншої держави.

Для створення організації зі статусом місцевої (це може бути міська, районна, районна в місті, обласна МГО) необхідно мати не менше трьох однодумців, а зі статусом всеукраїнської — знайти принаймні трьох однодумців у не менше ніж 14 регіонах України (областях, Автономній Республіці Крим, містах Києві та Севастополі).

Всеукраїнські та місцеві МГО можуть бути зареєстровані або легалізовані шляхом письмового повідомлення про заснування. У разі реєстрації МГО набуває статусу юридичної особи, що дає змогу від-

крити рахунок у банку, виготовити печатку та займатись реалізацією молодіжних проєктів із залученням додаткових коштів. У разі легалізації шляхом повідомлення МГО отримає свідоцтво про легалізацію, але організація не зможе вести фінансово-господарську діяльність.

Заснування МГО проводиться на установчому з'їзді (конференції) або загальних зборах. Для місцевої МГО більше підходять установчі загальні збори, а для всеукраїнської МГО — установчий з'їзд (конференція).

Перед проведенням установчих зборів слід підготувати проєкт статуту (положення) і вирішити деякі організаційні та кадрові питання. По-перше, необхідно продумати структуру управління організацією, можливі способи її фінансування та визначитися з керівним складом. Підготовка статуту не є складним процесом, оскільки законодавством чітко окреслені вимоги до цього документа. У цьому Ви можете переконатися, вивчивши, як приклад, статут молодіжної громадської організації „Молодь Києва” (Див. дод.1).

Як уже зазначалося, відповідно до вимог законодавства засновниками МГО можуть бути не менше трьох фізичних осіб, тому мінімальний склад учасників установчих зборів не повинен бути менше трьох осіб.

На установчих загальних зборах приймається рішення про створення МГО, затверджується статут (положення) МГО та обираються керівні органи. Всі рішення установчих зборів обов'язково фіксуються у протоколі зборів.

Після проведення установчих зборів необхідно легалізувати новостворену організацію. Легалізація, тобто офіційне визнання об'єднань громадян, є обов'язковою і здійснюється шляхом реєстрації або повідомлення про заснування. В результаті реєстрації громадські організації набувають статусу юридичної особи. Слід зазначити, що відповідно до законодавства діяльність об'єднань громадян, які не легалізовані або за рішенням суду примусово розпущені, є протизаконною.

Чинним законодавством передбачено, що всі зареєстровані об'єднання громадян мають рівні права. Це, передусім право виступати учасником цивільно-правових відносин; представляти і захищати свої законні інтереси та інтереси своїх членів; брати участь у політичній діяльності, проводити масові заходи; одержувати від органів державної влади й управління та органів місцевого самоврядування інформацію, необхідну для реалізації своїх цілей та завдань, і вносити їм свої пропозиції.

Але водночас Закон України „Про молодіжні та дитячі громадські організації” встановлює певні обмеження щодо діяльності молодіжних громадських організацій, а саме: молодіжні громадські організації не можуть утворювати виборчі блоки, або вступати в них.

Відповідно до „Положення про порядок легалізації об’єднань громадян”, легалізація всеукраїнських МГО здійснюється Міністерством юстиції України. Місцевих МГО — Головним управлінням юстиції в АР Крим, обласними, Київським та Севастопольським міськими, районними, районними в містах Києві та Севастополі, міськими управліннями юстиції, виконавчими комітетами сільських, селищних, міських рад.

Для реєстрації МГО, згідно зі ст.15 Закону „Про об’єднання громадян” та пунктом 3 „Положення про порядок легалізації об’єднань громадян”, до легалізуючого органу подаються такі документи:

1. Заява встановленого зразка, підписана не менш як трьома засновниками МГО (їхні підписи мають бути засвідчені нотаріально) (Див. дод.2).
2. Статут (Положення) в двох примірниках.
3. Протокол установчого з’їзду (конференції) або загальних зборів, які прийняли Статут (Положення) (Див. дод.3).
4. Відомості про склад керівництва центральних статутних органів МГО [із зазначенням прізвища, імені, по батькові, року народження, місця постійного проживання, посади (заняття), місця роботи] (Див. дод.4).
5. Дані про наявність місцевих осередків, підтверджені протоколами конференцій (зборів), для всеукраїнських МГО.
6. Відомості про засновників МГО (із зазначенням прізвища, імені, по батькові, року народження, місця постійного проживання). У відомостях про засновників та про склад центральних статутних органів зазначається загальна кількість членів організації та кількість тих із них, які не досягли 35 років для молодіжних та 18 років для дитячих громадських організацій. Кількість осіб до 35 (18) років має бути не менше 2/3 від загальної кількості членів організації. Відомості про засновників та відомості про склад центральних статутних органів засвідчуються підписом керівника об’єднання громадян, обраного на установчому з’їзді (конференції) або загальних зборах (Див.дод.5).

7. Довідка про надання юридичної адреси. Довідка має різні форми в залежності від суб'єкта надання адреси. Так, якщо приміщення організації надається:
 - юридичною особою — гарантійний лист від установи про те, що вона надасть приміщення під юридичну адресу (Додаток 6);
 - власником приватизованої квартири — заява (Додаток 7) від власника та всіх співвласників про те, що вони не заперечують, що за даною адресою знаходиться громадська організація та ксерокопія документу, який підтверджує право власності на квартиру;
 - власником не приватизованої квартири — довідку із ЖЕУ про склад мешканців квартири та заява (Додаток 7) від них про те, що вони не заперечують проти того, аби за даною адресою була адреса громадської організації;
8. Ксерокопії паспортів або свідоцтв про народження членів організації. В ході реєстрації для підтвердження статусу молодіжної або дитячої організації до легалізуючого органу подаються документи, що свідчать про вік її членів. Зазвичай це ксерокопії паспортів або свідоцтв про народження, якщо особа не досягла 16-річного віку.

На підставі Закону України „Про молодіжні та дитячі громадські організації” молодіжні та дитячі громадські організації звільняються від сплати реєстраційного збору.

Якщо молодіжна або дитяча громадська організація має статус відділення всеукраїнської громадської організації, тоді до зазначених документів додаються:

1. Підтвердження керівних органів всеукраїнської, міжнародної громадської організації про створення на території певної області свого відділення (або відповідного району області, на який поширюватиметься його діяльність) і затвердження його статуту.
2. Копії статуту та свідоцтва всеукраїнської, чи міжнародної громадської організації, засвідчені нотаріально.

Для легалізації МГО шляхом повідомлення про її заснування до легалізуючого органу подається заява, підписана не менш як трьома засновниками МГО. В заяві зазначається прізвище, ім'я, по батькові засновників, рік народження, місце постійного проживання, назва організації та місцезнаходження центральних статутних органів,

основна мета діяльності громадської організації. Підписи в заяві мають бути завірнені нотаріально.

Заява про реєстрацію місцевої МГО за наявності всіх відповідних документів розглядається у триденний термін з дня надходження цих документів. Рішення про реєстрацію або відмову в ній заявнику повідомляється письмово не пізніше наступного робочого дня з дня прийняття рішення.

Заява про реєстрацію всеукраїнської чи міжнародної МГО розглядається протягом одного місяця. Рішення про реєстрацію або відмову в ній заявнику повідомляється письмово в 10-денний термін.

Статтею 4 Закону України „Про об'єднання громадян” передбачено, що МГО не підлягають легалізації, а діяльність легалізованих об'єднань громадян забороняється в судовому порядку, якщо їхньою метою є:

- зміна шляхом насильства і в будь-якій протизаконній формі конституційного ладу та територіальної цілісності держави;
- підлив безпеки держави у формі ведення діяльності на користь іноземних держав;
- пропаганда війни, насильства чи жорстокості, фашизму та неофашизму;
- розпалювання національної та релігійної ворожнечі;
- створення незаконних воєнізованих формувань;
- обмеження загально визнаних прав людини.

У реєстрації також може бути відмовлено, якщо назва МГО, статутний або інші документи, подані для реєстрації об'єднання, суперечать вимогам законодавства України. Рішення про відмову в реєстрації має містити підстави такої відмови. Це рішення може бути оскаржене в судовому порядку.

Слід звернути увагу на те, що статтею 12 Закону передбачено, що назва об'єднання громадян визначається рішенням установчого з'їзду (конференції) або загальними зборами об'єднання громадян.

Назва об'єднання громадян повинна складатися з двох частин - загальної та індивідуальної. Загальна назва (партія, рух, конгрес, союз, спілка, об'єднання, фонд, фундація, асоціація, товариство тощо) може бути однаковою в різних об'єднань громадян. Індивідуальна назва об'єднання громадян є обов'язковою і має суттєво відрізнятися від індивідуальних назв зареєстрованих в установленому порядку об'єднань громадян з такою ж загальною назвою.

Об'єднання громадян поряд з повною назвою може мати скорочену назву, яка фіксується в установчих та статутних документах об'єднання громадян [рішенні установчого органу, статуті (положенні)].

Об'єднання громадян, зареєстроване в установленому порядку, має виняткове право на використання своєї назви. Використання назви об'єднання громадян фізичними та юридичними особами, які не належать до об'єднання громадян, для цілей, не пов'язаних з діяльністю цього об'єднання, відповідно до чинного законодавства забороняється.

Після реєстрації МГО у відповідному територіальному управлінні юстиції організація отримує:

1. Свідоцтво про реєстрацію об'єднання громадян.
2. Зареєстрований статут (положення) МГО.

Для проведення державної реєстрації МГО повинно заповнити форму №1 Реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи, утвореної шляхом заснування нової юридичної особи (дану форму можна взяти з офіційного сайту Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва: <http://www.dkrp.gov.ua/control/uk/doccatalog>). Форму слід заповнити в трьох примірниках та надати її до відповідного територіального управління юстиції, що зареєструвало МГО.

Відповідне територіальне управління юстиції направляє заповнені МГО форми зі своїми позначками до державного реєстратора з урахуванням територіального розташування юридичної адреси МГО. Державний реєстратор здійснює державну реєстрацію МГО з присвоєнням номера запису про державну реєстрацію.

МГО отримує свідоцтво про державну реєстрацію юридичної особи, на спеціальному бланку з підписом державного реєстратора. Даний документ МГО отримує у відповідному територіальному управлінні юстиції протягом місяця з дня заповнення форми №1.

Державний реєстратор після проведення державної реєстрації МГО направляє відповідні документи для постановки на облік до таких інституцій:

1. Державної податкової інспекції;
2. Державного комітету статистики;
3. Центру зайнятості;
4. Пенсійного фонду;

5. Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності;
6. Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань.

Вищезазначені органи, за винятком Державного комітету статистики, зобов'язані без вашої присутності, поставити МГО на облік з присвоєнням реєстраційних номерів та надіслати поштою відповідні документи на юридичну адресу МГО.

Для отримання довідки з Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) вам доведеться особисто завітати до районного (міського) управління статистики та отримати зазначену довідку, сплативши за це реєстраційний збір.

Також радимо після отримання з Державної податкової інспекції довідки про взяття на облік платників податків (форма № 4-ОПП) завітати до відповідної територіальної Державної податкової інспекції і написати заяву про включення МГО до Реєстру неприбуткових організацій з видачею відповідної довідки.

Наступним кроком у створенні організації є виготовлення печатки. Для цього слід подати до дозвільної системи районного (міського) відділу внутрішніх справ такі документи:

- заяву на ім'я начальника дозвільної системи про виготовлення печатки та штампів з ескізами по 2 примірники на кожен печатку або штамп;
- нотаріально посвідчену копію свідоцтва про державну реєстрацію МГО;
- ксерокопію частини статуту МГО (в частині, що стосується права МГО мати печатки або штампи);
- оригінали статуту та свідоцтва про державну реєстрацію МГО;
- квитанцію про сплату збору за надання дозволу.

Дозвіл на виготовлення печатки надається протягом трьох робочих днів після подачі документів. Дозвільна система робить позначку у свідоцтві про державну реєстрацію, видає дозвіл на виготовлення печатки та повертає один примірник ескізу печатки з позначкою про дозвіл на її виготовлення.

Далі – відкриття банківського рахунку. Перед цим варто визначитись, у якому банку це краще зробити. Для цього завітайте до кількох банків та виберіть найприйнятніші умови (вартість обслуговування,

нарахування відсотків на кошти, час обслуговування, надійність та ін.).

Щоб відкрити рахунок у банку, слід оформити карточку із зразками підписів керівника МГО та бухгалтера, яким надається право підпису на фінансових документах.

Для відкриття банківського рахунку необхідні такі документи:

- заява на ім'я керуючого банком про відкриття рахунку для вашої МГО;
- протокол установчих зборів МГО;
- протокол про обрання керівника МГО;
- наказ про призначення головного бухгалтера МГО;
- копії свідоцтва про державну реєстрацію, копії статуту (положення), довідку 4-ОПП, довідку ЄДРПОУ;
- карточку із зразками підписів керівника та головного бухгалтера, яким надано право підпису фінансових документів.

Після відкриття банківського рахунку банк видає дві довідки про відкриття рахунку: одну для МГО, іншу для податкової інспекції, яку протягом трьох днів необхідно передати до податкової інспекції.

Після завершення всіх цих дій новостворена МГО повністю зареєстрована і готова до активної громадської діяльності.

Як було зазначено вище, більшості молодіжних громадських організацій для ефективного управління діяльністю організації та виконання статутних завдань необхідно створювати місцеві осередки.

Для різних МГО такими осередками можуть бути обласні, Кримський республіканський, міські, районні, районні в містах, сільські, селищні та осередки за місцем проживання, навчання або роботи.

Наявність місцевих осередків у структурі МГО має бути передбачена статутом організації. Вони створюються для втілення у життя мети і завдання МГО та ефективного її функціонування. Щоб у місті або селищі з'явився місцевий осередок МГО, достатньо трьох осіб – членів організації.

Основні функції місцевого осередку МГО такі:

1. Впровадження в життя мети і завдань МГО, сприяння ефективнішій роботі організації.
2. Популяризація ідей та цілей МГО у своєму регіоні.
3. Голова місцевого осередку за дорученням керівних органів МГО представляє інтереси організації у відносинах з місце-

вими органами влади, засобами масової інформації, громадськими та політичними організаціями, фізичними особами.

4. Розповсюдження у регіоні матеріалів та інформації МГО.
5. Співпраця з місцевими засобами масової інформації та її працівниками; здійснення моніторингу місцевих ЗМІ.
6. Голова місцевого осередку готує рекомендації для кандидатів у члени МГО від даного регіону.

Існують загальні правила створення і роботи місцевих осередків МГО, а саме:

- проведення установчих зборів і створення осередку відбувається за погодженням з правлінням МГО;
- осередки можуть діяти як зі статусом юридичної особи, так і без нього;
- місцевий осередок діє на основі статуту МГО, а у випадку надання йому статусу юридичної особи — на основі власного положення або Статуту, який повинен відповідати вимогам та принципам статуту МГО;
- правління МГО може прийняти рішення про ліквідацію осередку у випадку його невідповідності принципам роботи МГО.

Порядок створення і роботи місцевих осередків МГО такий:

- місцеві члени МГО усно чи письмово повідомляють керівний орган МГО про намір створити у своєму місті (селі) або області місцевий осередок МГО;
- ініціатори створення осередку отримують від керівних органів МГО згоду на проведення установчих зборів;
- у певному місті (селі) або області проводяться установчі збори, на них ухвалюється рішення про створення місцевого осередку МГО, обирається керівник осередку. Ці рішення фіксуються у протоколі. Мінімальна кількість членів осередку — три особи, які є членами МГО.
- протокол з підписами голови та секретаря установчих зборів надсилається до керівного органу МГО.
- місцевий осередок МГО вважається легалізованим після отримання від керівного органу МГО повідомлення про взяття на облік місцевого осередку МГО;
- місцевий осередок МГО подає до відповідного управління

юстиції документи на легалізацію або шляхом реєстрації з наданням статусу юридичної особи, або шляхом повідомлення без надання статусу юридичної особи.

Одним із параметрів ефективної діяльності будь-якої громадської організації, в т. ч. і молодіжної, є зростання її чисельності. Прийом до членів молодіжної громадської організації відбувається згідно із статутом МГО. Як правило, у відповідності до статуту прийом у члени МГО здійснює її керівний орган або керівний орган місцевого осередку МГО (правління, президія, загальні збори, конференція, з'їзд тощо). Для прийому в індивідуальні члени МГО необхідно надати:

- заяву встановленого зразка;
- анкету члена МГО встановленого зразка;
- рекомендації діючих членів МГО (якщо це передбачено діючим Статутом МГО).

Для прийому до колективних членів МГО потрібно надати:

- заяву встановленого зразка;
- протокол зборів колективу установи, організації, підприємства встановленого зразка;
- анкету члена МГО встановленого зразка;
- рекомендації діючих членів МГО (якщо це передбачено діючим Статутом МГО);
- копії перших сторінок статуту установи, організації, підприємства, на яких були б відображені реєстрація статуту і на прями діяльності;
- копію свідоцтва про реєстрацію установи, організації, підприємства.

Питання про прийом до членів молодіжної громадської організації розглядається керівним органом МГО або його осередку на своєму наступному засіданні.

Варто пам'ятати, що присутність заявника є обов'язковою. Як правило, рішення про надання членства приймається шляхом відкритого голосування і вважається прийнятим, якщо за нього проголосувала більшість членів керівного органу МГО, присутніх на засіданні (якщо інше не передбачене чинним законодавством).

Якщо на засіданні організації було прийнято рішення відмови про прийом у члени МГО, заявник повинен одержати письмове повідомлення. Він має право оскаржити рішення керівних органів, звер-

нувшись до контрольних органів МГО (ревізійної комісії, контроль-но-ревізійної комісії, наглядової ради тощо).

У разі позитивного вирішення питання про прийом до членів МГО, новий член молодіжної громадської організації має сплачувати членські внески, якщо це передбачено Статутом МГО. А всі відповідні дані про нового члена організації вносяться до “Реєстрації членів МГО”, який веде сама організація. Членство в МГО вважається дійсним з дня засідання керівного органу МГО, на якому було прийняте позитивне рішення про вступ до членів МГО.

Керівний орган МГО може прийняти рішення про кандидатський термін, якщо це передбачено статутом МГО. По закінченню кандидатського терміну керівний орган МГО повинен прийняти рішення про прийом або відмову у прийнятті до членів МГО.

Згідно із доповненнями частинами шостою та сьомою до Закону України „Про молодіжні та дитячі громадські організації” від 19 жовтня 2006 року І 271 -V членами молодіжних та дитячих громадських організацій можуть бути і колективи інших молодіжних та дитячих громадських організацій. Колективні члени молодіжних та дитячих громадських організацій можуть брати участь у діяльності таких організацій у випадках, передбачених їхніми статутами.

Таким чином, у розділі було розкрито зміст основних етапів створення та легалізації діяльності молодіжної громадської організації, розглянуто питання, пов’язані з технологією створення місцевих осередків МГО, (виокремлено їхні функції та основні правила створення), а також порядком прийняття до членів молодіжної громадської організації.

РОЗДІЛ II. ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ДІЯЛЬНОСТІ ІГРОМАНСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

2.1. Стратегічне планування діяльності громадської організації

Важкою складовою процесу управління є планування. Серед основних видів планування особливе місце посідає стратегічне планування, яке містить систему всіх ключових логічних кроків, що ведуть до поставленої мети. Відповідно до теорії менеджменту стратегічне планування будь-якої організації передбачає кілька етапів (Рис. 2.1).

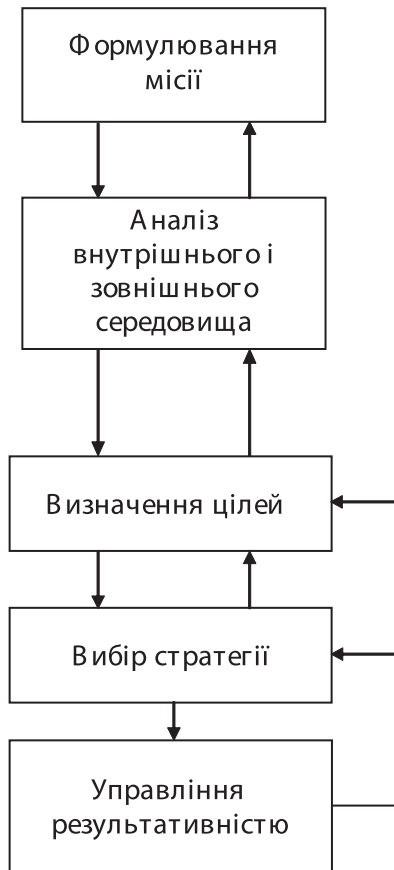


Рис. 2.1. Етапи стратегічного планування

В теорії менеджменту стратегічне планування найчастіше розглядається як передбачення майбутнього. Важливість і необхідність стратегічного планування обумовлена тим, що в сучасних умовах зміни відбуваються на різних рівнях і в багатьох взаємопов'язаних сферах. Громадська організація, як і будь-яка бізнес-організація, органи влади, повинна діяти не стільки ситуативно (у відповідь на зміну ситуації у зовнішній або внутрішній сфері), а й чітко визначати свої стратегічні орієнтири.

Кожна організація в процесі свого створення визначає місію – головну мету діяльності організації, сенсу її існування. Місія – це коротка відповідь на питання „Хто ми є?“, „Чому ми існуємо?“, „Що ми робимо і для кого?“. Всі громадські організації в своїх статутах і на рівні програмних документів формують цілі діяльності своєї організації, але вони, як правило, містять загальні формулювання на кшталт „задоволення економічних, соціальних та культурних інтересів своїх членів“. Формулюванню місії і донесення її до широкої громадськості здебільшого не приділяється достатньої уваги, хоча ще до початку легалізації громадської організації ініціатори її заснування мають чітке уявлення про сенс створення організації.

Загальних правил щодо формулювання місії організації не існує. Це може бути коротке речення (образ-гасло), яке відображає призначення організації, а може бути розширене формулювання. Слід пам'ятати, що формулювання місії визначається не поточним станом організації, а основними орієнтирами організації у майбутньому.

При формулюванні місії необхідно:

- описати сфери діяльності організації (при цьому необхідно розглядати її з позиції задоволення потреб або запитів її основних клієнтів);
- чітко визначити конкурентні переваги організації, її особливості;
- охарактеризувати базові переконання та цінності, які панують в організації.

Формулювання місії сприяє розумінню її членами основної мети організації та зміцненню позиції організації. У зовнішньому середовищі чітко визначена місія допомагає створити цілісне уявлення про організацію, її соціальну роль. Водночас, заяви про місію, цілі та цінності організації зобов'язують організацію бути підзвітною громадськості [23].

Наступним етапом стратегічного планування є аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища. Результати такого аналізу надають можливість уточнити місію та визначити стратегічні цілі організації. В сучасних умовах усі організації є відкритими системами, на які впливають чинники зовнішнього середовища, а саме:

- *політико-правові*: дієвість органів державної влади і місцевого самоврядування, стан законодавства, чисельність і дієвість громадських організацій, політична стабільність у країні;
- *соціально-економічні*: наявна мережа соціальних закладів, матеріальне становище населення, рівень інфляції, стан здоров'я тощо;
- *демографічні*: чисельність населення, міграційні тенденції, вікова структура, етнічна та релігійна структура тощо;
- *соціально-культурні*: особливості традицій і вірувань, що панують у суспільстві, рівень освіти населення, рівень толерантного ставлення до інших соціальних груп тощо;
- *технологічні*: інноваційний потенціал галузі, в якій працює організація;
- *установи та організації, які працюють у тій же галузі* (над вирішенням однакових соціальних проблем): це можуть бути державні органи та установи, громадські організації тощо;
- *реципієнти* (клієнти, споживачі послуг організації): їхній вік, освіта, сфера діяльності, соціально-психологічні характеристики (становище в суспільстві, стиль життя, смаки, звички, традиції тощо), ставлення до послуг, які надає організація.

Чинниками внутрішнього середовища є:

- *людський потенціал* організації (членів, керівників, членів наглядових рад, волонтерів);
- *фінансова спроможність* організації;
- *основні види діяльності* організації;
- *фізичне середовище* організації (приміщення, робочі місця, наявність оргтехніки, зв'язку тощо);
- *дослідницький та інноваційний потенціал* організації, наявність авторських розробок.

Аналіз середовища робиться, як правило, за допомогою SWOT-аналізу, який дасть змогу виявити сильні та слабкі сторони організації (за результатами аналізу внутрішнього середовища), можливості й загрози для організації (за результатами зовнішнього середовища).

При проведенні аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища розглядаються всі аспекти в їхньому взаємозв'язку, але особлива увага має приділятися виявленню та аналізу ризиків, загроз, динаміки їхнього розвитку, можливих наслідків тощо.

Аналіз середовища дає змогу встановити цілі (бажані результати діяльності). Цілі — це конкретний стан організацій, якого вона хоче досягти за певний проміжок часу. При формулюванні цілей дотримуються таких правил:

- **цілі мають бути досяжними.** При визначенні цілей виходять з того, що для організації „це важко, але можливо”.
- **цілі мають бути гнучкими,** вони повинні коригуватися відповідно до змін у навколишньому середовищі.
- **цілі мають бути конкретними.** Чим конкретніша ціль, тим легше обрати стратегію її реалізації;
- **цілі мають підлягати вимірюванню.** Необхідно чітко зазначити, чого ми хочемо досягти протягом конкретно визначеного проміжку часу. Тільки тоді можна бути оцінити рівень досягнення цілей. Вимірювання здійснюється за обраними показниками або індикаторами;
- **цілі мають бути сумісними.** Сумісність передбачає, що цілі повинні встановлюватися на основі місії громадської організації [10, с.60].

Перелічені особливості цілей називають ще SMART —характеристикою (Specific — точне формулювання, Measurable — придатний до вимірювання, Achievable — досяжний, Related — сумісність, Timebound — визначеність часу досягнення).

Результати діагностики зовнішнього і внутрішнього середовища слугують основою для вибору стратегії розвитку організації. Вибір стратегії розвитку — основа стратегічного планування, оскільки вона визначає, як реалізувати місію та досягти цілей організації. За визначенням В.О. Кузьмінського, „стратегія надзвичайно важлива для організацій третього сектору. Організації громадського сектору — це коаліція людей з різними поглядами і сподіваннями, які необхідно інтегрувати для успішного розвитку” [12, с. 42].

При виборі стратегії ретельно аналізуються стратегічні альтернативи і обирається оптимальна. Термін “стратегія” в теорії менеджменту трактують як модель дій, напрям діяльності, який веде до досягнення довгострокових цілей організацій.

За аналогію з бізнес-компаніями громадські організації можуть обрати певні види стратегії на рівні організації, а саме: **стратегії зростання** (за рахунок організаційного розширення, збільшення чисельності організації, розширення спектру програм і послуг, які надає організація); **стабілізації та скорочення** (обирають, як правило, тоді, коли організація має перегрупувати сили після тривалого періоду зростання чи виникає необхідність підвищити ефективність її діяльності).

В теорії менеджменту існують і різноманітні класифікації **конкурентних стратегій**, які базуються на конкурентних перевагах. Найбільш популярною і вживаною є класифікація конкурентних стратегій за М.Портером. Так, **стратегія лідерства у витратах** ґрунтується на можливості досягти менших витрат порівняно з конкурентами. Якщо розглянути цю стратегію відносно громадських організацій, то в цьому випадку організація може опиратися на свою конкурентну перевагу — наявність досвіду при вирішенні того чи іншого питання. Для реалізації цієї стратегії потрібні стабільні фінансові інвестиції, висока компетентність членів організації, їхня фахова підготовленість, постійний контроль за системою надання послуг і реалізації соціальних проєктів тощо.

Ще одна конкурентна стратегія — **стратегія диференціації** — забезпечує можливість виробництва товару або надання послуг, які мають привабливі властивості та відрізняються від товарів та послуг конкурента. Диференціація для громадських організацій може набувати таких форм: репутація організації, визнання технологічної досконалості, інноваційні підходи, наявність матеріальної бази тощо.

Стратегія **концентрації (спеціалізації)** передбачає зосередження на потребах одного сегменту або однієї групи клієнтів. Метою є повніше задоволення потреб обраного сегменту порівняно з конкурентами. Ця стратегія може ґрунтуватися як на диференціації, так і на лідерстві у витратах або на обох конкурентних перевагах у межах цільового сегменту. Тут конкурентними перевагами для громадських організацій теж можуть виступати досвід реалізації проєктів, напрацьовані партнерські зв'язки, підготовлені члени організації та волонтери тощо.

Деякі науковці визначають стратегію розвитку як деталізацію і структуризацію стратегічних цілей до рівня завдань, результатів, сукупності яких приводить до їх досягнення. „Більш чітко стратегія (і програма як її деталізований, алгоритмізований складник) визначає найближчі кроки (результати, що мають бути досягнуті обов'язково), а далі — напрями (у вигляді орієнтирів, обмежень, вимог), що передбачають можливі шляхи, рамки, за які не бажано виходити, рухаючись до окреслених цілей” [7, с. 32].

Якщо розглядати стратегію з цієї точки зору, то важливо пам'ятати, що стратегія розвитку передбачає також визначення альтернативних напрямів і способів досягнення цілей, виконання завдань, їхню оцінку (за певним критеріями) та вибір оптимальних. Метою цього етапу планування є отримання відповідей на запитання: чи приводять запропоновані заходи до досягнення цілей; чи є визначена сукупність заходів найбільш економічною, чи достатньо часу для їх виконання; чи зможуть досягнуті результати ефективно використовуватися тощо.

Велике значення у стратегічному плануванні приділяється управлінню результативністю, оскільки навколишнє середовище постійно змінюється. Управління результативністю передбачає реалізацію стратегії та контроль за цим процесом, внесення необхідних змін для досягнення поставлених цілей.

Управління результативністю для громадських організацій має велике значення, оскільки надає можливість оцінити рівень досягнення основних цілей організації, рівень задоволення потреб основних реципієнтів організації. Запровадження системи управління результативністю передбачає розробку і затвердження індикаторів результативності (відповідно до цілей і завдань організації), проведення моніторингу результативності і, відповідно до отриманих результатів, коригування планів (цілей і завдань організації).

До індикаторів результативності найчастіше відносять такі групи індикаторів:

- індикатори витрат (кошти, робочий час тощо);
- індикатори процесу [кількість семінарів (тренінгів)];
- індикатори обсягу (кількість наданих консультацій, кількість публікацій в ЗМІ, кількість людей, які пройшли навчання тощо);
- індикатори результату (кількість людей, які стали підприємцями);
- індикатори задоволення потреб користувачів. [12, с. 94]

Слід зазначити, що індикатори обираються як для аналізу результативності виконання стратегії, так і за окремими соціальними проєктами.

Підсумовуючи, слід зазначити, що стратегічне планування дозволяє громадським організаціям:

- збільшити ефективність використання обмежених ресурсів;

- посилити мотивацію і прихильність членів організації, її волонтерів;
- поліпшити обізнаність членів організації з його внеском у досягнення цілей організації;
- різноманітні погляди об'єднуються навколо спільної мети [12, с. 44].

2.2. Проведення організаційної роботи

Для громадської організації важливу роль відіграє організаційна робота, яка, на нашу думку, включає кілька основних аспектів, а саме:

- проведення засідань загальних зборів та інших керівних органів;
- залучення волонтерів до діяльності організації;
- проведення навчань членів організації та волонтерів;
- пошук коштів для реалізації проектів та виконання цілей організації.

Проведення засідань загальних зборів та інших керівних органів організації.

Керівними органами громадських організацій є:

- загальні збори (з'їзд, конференція), які є вищим керівним органом організації та збираються з періодичністю, визначеною статутом (положенням) організації, (як правило, один раз на рік);
- правління (президія, рада, центральний комітет), що є вищим керівним органом організації між загальними зборами (з'їздом, конференцією). Періодичність проведення правління визначається статутом (положенням) організації і становить, як правило, один раз на кілька місяців.

На загальних зборах розглядаються та затверджуються плани роботи організації на наступний рік, заслуховуються звіти керівних та ревізійних органів організації, обираються їхні нові члени, затверджуються доповнення або зміни до статуту (положення), приймаються важливі для організації заяви і рішення. Слід пам'ятати, що на загальних зборах та правлінні можуть розглядатися тільки ті питання, які входять до їхньої компетенції, чітко окресленої статутом (положенням) організації.

Перед проведенням засідань готується порядок денний, де чітко фіксуються питання, які виносяться на обговорення, визначаються доповідачі з цих питань, регламент зборів (початок проведення зборів, кількість часу, яка відводиться доповідачу та виступаючим в обговоренні, закінчення засідань) та проекти рішень засідання (коли затверджуються плани роботи, заяви та звернення). Під час засідань обов'язково ведеться протокол, який підписує голова та секретар зборів.

Перед початком засідань проводиться реєстрація присутніх.

Голова організації на початку засідання оголошує кількість присутніх осіб, обов'язково повідомляє про наявність кворуму для проведення засідань (співвідношення присутніх на засіданні до загальної чисельності членів організації або членів правління, яке, відповідно до статуту (положення), надає правомочності прийнятим рішенням) і тільки тоді оголошує засідання відкритим.

На початку загальних зборів обирають:

- президію; один з членів президії виконує функцію головуючого, інший — секретаря зборів. До президії, як правило, обирають голову організації, заступників голови, найавторитетніших членів організації;
- мандатну комісію (до її функцій входить встановлення правомочності присутності на зборах членів організації);
- лічильну комісію (до її функцій входить підрахунок голосів членів зборів). Якщо кількість членів зборів не велика і питання, що розглядатимуться, не викликають суперечок, функції лічильної комісії можуть бути покладені на президію зборів;
- редакційну комісію для редагування проектів постанов загальних зборів. Якщо питання, що будуть розглядатись не викликають суперечок, функції редакційної комісії можуть бути покладені на Президію.

До конкретних обов'язків голови зборів належить:

- відкриття засідання;
- надання слова доповідачам та бажаючим виступити;
- заохочення обговорення питання, прийняття того чи іншого рішення;
- здійснення контролю за дотриманням теми і суті обговорюваних питань;

- пояснення змісту тієї чи іншої пропозиції у випадку її нерозуміння з боку присутніх;
- закриття засідання.

Після обрання президії і комісій члени загальних зборів затверджують порядок денний та регламент роботи. Після цього розпочинається розгляд питань, визначених порядком денним.

Якщо на загальних зборах розглядаються звіти керівних органів, за результатами їх обговорення приймається рішення про прийняття звітів до відома та надається оцінка діяльності правління. Діяльність правління визнається задовільною або незадовільною.

Якщо на загальних зборах плануються вибори керівних органів, голова зборів пропонує висунути кандидатури на визначені посади (голова організації, заступники голови, голова ревізійної комісії тощо). Висування кандидатур на посади може проводитися з ініціативи членів правління або будь-кого з числа присутніх на зборах. На зборах обговорюють кандидатури. Особи, чиї кандидатури висунуто на посаду, мають право на самовідвід. Після обговорення через головування приймається рішення щодо обрання запропонованих кандидатур на посади. Якщо на одну посаду претендували кілька кандидатів, то обраним вважається той, за чію кандидатуру було віддано більшість голосів.

Слід підкреслити, що до голосування вдаються при прийнятті будь-якого рішення. Голосування може бути відкритим (тобто підняттям руки) чи таємним (шляхом опусканням бюлетеня до скриньки). Як правило, голосування проводиться відкрито. Підрахунок голосів здійснює лічильна комісія. З важливіших питань голосування рекомендується проводити таємно. Для таємного голосування виготовляються бюлетені, які опускають до скриньки після того, як в них зроблять позначки учасники голосування. Після підрахунку голосів оголошується про прийняття (або не прийняття) рішення. Рішення вважається прийнятим, якщо за нього проголосувала визначена статут (положеннями) кількістю учасників голосування. Як правило, це більшість членів організації, присутніх на засіданнях.

Коли всі питання порядку денного розглянуті і рішення прийнято, голова зборів вносить пропозицію закрити засідання. Пропозиція про закриття засідання підтримується або не підтримується голосуванням, також, як і будь-які інші пропозиції. У випадку коли пропозицію підтримали, засідання оголошується закритим.

Це загальні правила проведення засідань загальних зборів і прав-

ління. Питання, які входять до їхньої компетенції, правомочність прийнятих рішень залежить від норм, закладених до статуту (положення). Загальна ж атмосфера їх проведення залежить від цінностей і норм поведінки керівництва організації та її членів.

Залучення волонтерів до діяльності організації. Брак фінансових ресурсів громадських організацій вимагає від їхніх керівників залучити до діяльності організації волонтерів. Для молодіжних і дитячих громадських організацій залучення волонтерів важливе ще й з точки зору їхньої малої чисельності. Слід зазначити, що деякі молоді люди не завжди прагнуть стати членами організації, але взяти участь у реалізації проектів готові.

Волонтерська діяльність — це неоплачувана, але й не завжди безкорислива діяльність. У різних випадках хтось вирішує через волонтерство, наприклад, проблему організації свого вільного часу чи спілкування, а хтось здобуває професійні навички, хтось прагне самореалізуватися, самовизначитися або самоствердитися тощо. Дослідники волонтерського руху стверджують, що волонтерський рух є оптимальною умовою проявів альтруїзму та гуманності [22].

Для залучення волонтерів будь-яка громадська організація повинна мати волонтерську програму, обов'язковими складовими якої є: види робіт, що їх мають виконати волонтери, їхні обов'язки, проведення навчальних тренінгів для волонтерів, критерії оцінки якості та ефективності їхньої роботи та систему заохочення.

Організація має визначити, з якими знаннями і вміннями і які саме добровільні помічники потрібні їй, скласти певні вимоги до волонтерів відповідно до основних завдань програми. Розробляючи завдання для волонтерів, треба чітко формулювати основну мету, завдання, визначати види послуг, у наданні яких можуть брати участь волонтери. Важливо з'ясувати їхню спроможність здійснювати визначені види діяльності, розподілити цю діяльність на конкретні етапи і їхні завдання так, щоб кожному волонтерові була зрозуміла і перспектива, і кінцева мета цієї діяльності. Фахівці стверджують, що починаючи роботу з волонтерами, доцільно попередньо обговорювати з ними умови спільної діяльності, які можуть бути викладені в спільно розроблених правилах або угодах.

Зазвичай, волонтери хочуть відчувати себе потрібними не лише для виконання будь-яких робіт, а й як особистості. Враховуючи це, слід зважати на життєві цілі та інтереси, особистість волонтера. Керівництво організації повинно залучати волонтерів до прийняття рі-

шень, радитися з ними, створювати атмосферу ширості і взаємовідповідальності.

Проведення навчань членів організації та волонтерів

Для громадських організацій важливого значення набуває підготовка та проведення навчань як для членів своєї організації так і для волонтерів. Це обумовлено, в першу чергу, високою змінністю навколишнього середовища, появою нових технологій та методик вирішення соціальних проблем, достатньо високою плінністю членів організації тощо.

Як правило, навчання проводяться за різними напрямками діяльності організації (надання соціальних послуг дітям та молоді з функціональними обмеженнями, організація дозвілля дітей та молоді) та сферами діяльності організації (організаційна робота, ефективне управління, проектна діяльність, зв'язки з громадськістю).

Навчання за напрямками діяльності проводиться практично для всіх членів та волонтерів організації. Періодичність їх проведення визначається рівнем фахової підготовки членів організації та волонтерів, їхнім досвідом тощо.

Слід зазначити, що програми підготовки членів організації та волонтерів не можуть бути однотипними, бо мають відображати специфіку регіону, особливості діяльності громадської організації і той напрям роботи, до якого залучаються члени організації і волонтери, враховуючи їхні особистісні якості, здібності і наміри (як приклад, у додатку 8 представлена типова навчальна програма з питань формування здорового способу життя).

Пошук коштів для виконання цілей організації. Невід'ємною складовою успіху функціонування громадських організацій є постійний пошук коштів для виконання цілей організації. Як правило громадські організації мають декілька джерел надходження коштів. Найпоширенішими з них є:

- членські внески;
- доходи від підприємницької діяльності організацій, засновником або співзасновником яких є громадська організація;
- благодійна допомога юридичних або фізичних осіб;
- гранти від міжнародних організацій-донорів на реалізацію соціальних проектів;
- отримання коштів на реалізацію соціальних програм за умови перемоги у конкурсі проектів програм молодіжних та ди-

тячих громадських організацій, які проводять регіональні управління та відділи Міністерства у справах сім'ї, молоді та спорту.

- спеціальні акції зі збору коштів.

Зазвичай надходження за рахунок внутрішніх джерел фінансування діяльності для більшості молодіжних і дитячих громадських організацій (членські внески та доходи від підприємницької діяльності організацій, засновником або співзасновником яких є громадська організація) або зовсім відсутні, або мають чисто символічний характер. Діяльність переважної більшості громадських організацій залежить від зовнішніх джерел фінансування.

Зусилля, спрямовані на збір коштів (фандрейзинг), у сучасних умовах розвитку громадянського суспільства в Україні стало основою складовою діяльності кожної громадської організації.

Слід підкреслити, що цілі фандрейзингу набагато ширші, ніж залучення коштів. До них можна віднести:

- залучення коштів;
- пошук партнерів;
- підвищення рівня обізнаності громадськості про місію і діяльність організації;
- залучення волонтерів до діяльності організації;
- пошук нових ідей для майбутніх проектів;
- підтвердження життєздатності організації;
- інформування і просвітництво громадськості [16].

Перш ніж звертатися до організації з проханням про благодійний внесок, треба мати чітке уявлення про мотиви, що спонукають людину або організацію це зробити.

Серед цих мотивів можна назвати такі:

- *Особисте знайомство.* Люди або організації, які готові зробити благодійний внесок до організації, особисто знайомі з її діяльністю, її керівником або відомими членами організації.
- *Почуття вдячності.* Спонсори бажають продемонструвати, як високо вони цінують зусилля певної громадської організації у розв'язанні тих чи інших соціальних проблем.
- *Звичка.* Деякі підприємці або комерційні організації регулярно (традиційно) надають фінансову підтримку організаціям, що опікуються проблемами дітей, інвалідів тощо.

- *Можливість самовираження.* Спонсори прагнуть бути почутими, поміченими, певним вчинком проявити себе.
- *Громадянські міркування.* Прагнення спонсорів утілити в життя певну громадянську позицію з питань, що їх безпосередньо турбують.
- *Філософські міркування.* Поділяють і підтримують соціальну місію та принципи діяльності конкретної громадської організації [19].

До цього переліку деякі фахівці з питань фандрейзингу відносять також бізнесовий інтерес, вважаючи, що великі корпорації та комерційні організації роблять фінансові пожертви громадським та добродійним організаціям, окремим людям з рекламних, політичних або матеріальних міркувань на майбутнє. На нашу думку, це не зовсім відповідає дійсності.

Водночас фахівці відзначають і деякі важливі причини, через які окремі люди або організації не надають фінансової підтримки громадським організаціям:

- *До них просто не зверталися по допомогу.*
- *Вони не мають досвіду.* Переважна частина українських людей просто не звикла давати кошти і не виробила у себе такої звички.
- *Вони не знають, якого внеску від них чекають.* Їх ніхто не повідомив, який внесок (сума коштів, оргтехніка, їхня продукція тощо) вони могли б зробити.
- *Непереконлива або неконкретна аргументація.* Вони точно не знають на що конкретно піде їхній внесок. Люди або організації мають бути більше поінформовані про конкретне використання їхніх коштів або іншого матеріального внеску [19].

При плануванні і проведенні збору коштів важливо пам'ятати також, що люди і організації готові витратити на надання допомоги іншим такі суми грошей, які вони можуть собі дозволити без великих втрат.

Процес фандрейзингу має такий вигляд:

- визначення потенційних донорів;
- привернення уваги;
- прохання про підтримку;
- вдячність за їхню допомогу та побажання в подальшій співпраці [11].

Як правило, поетапний план фандрейзингу включає в себе такі кроки:

- окреслення завдань, які необхідно вирішити за допомогою отриманих коштів;
- збір повної інформації про потенційних донорів;
- аналіз можливих мотивів потенційних донорів щодо надання допомоги;
- підготовка матеріалів для донорів (заявки, прес-релізи, річні звіти, проекти, інформація про організацію тощо);
- проведення зустрічей з потенційними донорами, отримання згоди, оформлення відповідної документації, отримання коштів, подяка;
- організація роботи членів організації або волонтерів зі збору коштів, проведення їхнього навчання;
- установа порядку контролю за надходженням та використанням коштів, підготовки звітної документації [19].

Фахівці окреслюють певні правила успішного фандрейзингу. По-перше, фінансових джерел має бути декілька. Не слід покладатися тільки на можливість надання допомоги з боку міжнародних фондів або держави. Матеріальну допомогу можуть надати і підприємці (наприклад, дитячі іграшки, які вони виробляють або реалізують, солодкі напої, морозиво тощо). Не треба нехтувати малими сумами пожертв або допомогою у вигляді обладнання, праці тощо. Слід пам'ятати також, що люди набагато краще підтримують конкретні ідеї, ніж глобальні проекти, саме тому завжди бажано скласти детальний кошторис витрат і показувати, на що конкретно підуть отримані кошти. Фахівці радять також організовувати спеціальні акції зі збору коштів (лотереї, благодійні акції) — на людях людина легше віддає кошти. І наостанок — про існування організації повинно знати якомога більше людей, оскільки без належної інформації не буде і спонсорів [16].

З благодійниками і спонсорами слід підтримувати постійний контакт, висловлювати їм подяку й виявляти до них особливу увагу. Дуже важливо на конкретних прикладах повідомляти про те, наскільки ефективно були витрачені їхні гроші і яку користь вони дали. В свою чергу вони теж вважатимуть громадську організацію невід'ємною складовою своєї благородної філантропічної діяльності.

2.3. Технології розробки та впровадження проєктів

Діяльність молодіжних і дитячих громадських організацій можна

умовно поділити на два рівні: діяльність відповідно до своїх статутних вимог (постійна діяльність) і в рамках реалізації проектів, на які вони отримують кошти від зовнішніх інвесторів. Проектна діяльність молодіжних і дитячих громадських організацій набуває особливого значення, оскільки саме завдяки їй громадськість дізнається про організацію і її цінність для суспільства. Виходячи з цього, важливо знати, що таке проект, як його підготувати і ефективно реалізувати.

Слово “проект” дедалі частіше вживається у різних сферах нашого життя — в економіці, соціальній сфері, політиці, навіть у нашому повсякденні. Існує чимало визначень поняття „проект”, які, зрештою, можна звести до одного: проект — це комплекс взаємозв’язаних дій, організований особливим чином та зорієнтований на зміну наявного стану справ у певній сфері. Проект зазвичай передбачає наявність певної проблеми, що потребує розв’язання, групи людей, що працюють разом над цим, і термін, у межах якого відбувається робота.

Основними ознаками проекту є:

- спрямованість на досягнення конкретної мети;
- базування на координованому виконанні пов’язаних між собою дій;
- обмеженість у часі виконання, визначеність певної дати початку і закінчення проекту;
- наявність певного бюджету;
- певною мірою неповторність і оригінальність [1, с. 8].

Крім того, до основних ознак проекту відносять також: актуальність (проект завжди спрямований на вирішення злободенних питань, проблем); невизначеність і ризик [складові, з якими працює проект (ресурси, середовище тощо) можуть не прогнозовано змінюватися, що призводить до певного ризику в досягненні його цілей].

Важливо зазначити, що громадські організації реалізують два основні типи проектів, що різняться залежно від об’єкта проекту: проекти, спрямовані на членів своєї організації, і проекти, спрямовані на інші категорії населення. Проекти, спрямовані на членів організації (так би мовити, внутрішні) як правило, передбачають організаційну розбудову організації, встановлення партнерських зв’язків, підвищення професійно-освітнього рівня членів організації, встановлення міжнародних контактів тощо. Зазвичай вони фінансуються за рахунок самої організації або організація бере участь в уже діючих освітніх проектах вітчизняних та міжнародних структур. Проекти, орієнтовані на інші категорії населення (для реципієнтів молодіжних і дитячих

громадських організацій), фінансово підтримуються вітчизняними і міжнародними фондами та організаціями, державними структурами.

Логіка і технологія розробки й реалізації цих двох типів проектів принципово не відрізняються одна від одної. Єдина різниця полягає в тому, що для отримання зовнішнього фінансування встановлюються жорсткіші вимоги до обґрунтування, оформлення і звітності за проектом. Однак ознайомлення із загальними правилами і методами розробки, реалізації та оцінювання досягнень за проектом допоможе лідерам молодіжних громадських організацій ефективніше реалізовувати і внутрішні проекти організації [14].

Реалізація будь-якого проекту складається з кількох етапів: розробки (планування), практичного впровадження та оцінювання досягнень. Розглянемо їх детально.

Розробка (планування) проекту. На стадії планування проект проходить два етапи: ініціювання та, власне, планування проекту.

Перш ніж ініціювати проект, необхідно визначитися з напрямом діяльності. За напрям діяльності у межах проекту може бути обрано розвиток підприємницької діяльності, підготовка молоді до самостійного життя, формування здорового способу життя тощо.

Фахівці називають кілька факторів, що впливають на вибір напрямку роботи. Це, зокрема:

- загальнодержавні потреби — напрями соціальної діяльності, які визначаються як пріоритетні на рівні держави;
- регіональні особливості, місцеві потреби — враховують специфіку соціальних проблем населення конкретної території;
- напрями діяльності, регламентовані статутом організації;
- спроможність організації вирішити цю проблему в рамках проекту — наявність достатньої кількості ресурсів для вирішення даної проблеми;
- відповідність цілям та завданням (статутній діяльності) організації-виконавця;
- досвід організації у розв'язанні тих чи тих проблем.

Як правило, міжнародні та вітчизняні фонди і установи, що підтримують діяльність громадських організацій, оголошують конкурси на підтримку програм з визначених тем і напрямів діяльності. Міністерство України у справах сім'ї, молоді та спорту відповідно до Порядку проведення конкурсу проектів програм, розроблених громадськими організаціями стосовно дітей, молоді, жінок та сім'ї, за-

твердженого постановою Кабінету Міністрів України (2002 р.), при оголошенні конкурсу надає перелік пріоритетних соціальних проблем дітей, молоді, жінок і сім'ї, на розв'язання яких мають бути спрямовані конкурсні проекти від всеукраїнських молодіжних та дитячих громадських організацій. Крім того, відповідно до норм законодавства, проекти всеукраїнських молодіжних і громадських організацій, що подаються на конкурс для фінансування за рахунок бюджетних коштів, повинні відповідати змістові загальнодержавних програм стосовно сім'ї, дітей, молоді і жінок, які декларують пріоритетні напрями діяльності на загальнодержавному рівні.

Крім нормативних документів, джерелами інформації щодо загальних потреб є показники державної статистики, дані соціологічних досліджень, тематичні публікації, інформація про організації, які працювали або можуть працювати над обраною чи дотичною до неї проблемою, результати їхньої роботи з цього питання, експертна думка тощо. Опрацювання такої інформації є основою вивчення наявної ситуації стосовно пріоритетної проблеми, яка згодом ляже в обґрунтування актуальності проекту [14].

Загалом, за оцінкою фахівців, „вибір напрямку діяльності — це завжди компроміс між бажаним (хотіли б цим зайнятися) і можливим (наявність кваліфікованих спеціалістів, можливість отримання фінансування тощо)” [14, с.10].

Окреслена пріоритетна проблема стає основою для формулювання ідеї, задуму проекту. Формулюючи задум, виконавець повинен викласти на папері конкретну проблему, на вирішення якої буде спрямовано проект, та орієнтовний результат, який певною мірою (частково або повністю) дозволить її вирішити. Також на цьому етапі необхідно, виходячи з суті проблеми, визначити об'єкт його реалізації.

Загальновідомо, що за умов обмеженого фінансування найефективнішим вважається впровадження адресних проектів, спрямованих на конкретні цільові групи населення. Тому чітке визначення об'єктів проекту набуває особливого значення.

В межах одного соціального проекту можна передбачити кілька рівнозначних або нерівнозначних об'єктів: одна або кілька груп клієнтів, які отримують допомогу; групи волонтерів, фахівців, яких потрібно навчити методики надання допомоги; група спеціалістів, які мають розробити методику проведення навчання; цільові групи спеціалістів, яких бажано переконати в необхідності сприяння реалізації проекту, тощо [14]. Важливо визначити зацікавлені сторони або ці-

льові групи, які можуть стати потенційними партнерами. Зацікавлена у здійсненні проекту сторона — це будь-хто, хто має безумовний інтерес у реалізації проекту: установи й організації, органи влади, донорські, громадські організації, меценати тощо. Всі вони оцінюватимуть успіх або провал проекту.

Отже, вибір об'єкта соціального проекту полягає в тому, щоб визначити цільову групу (або кілька груп), яка потребує допомоги щодо обраного напрямку реалізації проекту.

Щодо проектів, які реалізуються дитячими та молодіжними громадськими організаціями, то їхніми об'єктами є переважно діти, підлітки, молодь.

Дуже часто організації при розробці проекту намагаються звести роботу до впливу на одну цільову групу. Не враховується необхідність проведення підготовки спеціалістів, розробки нових технологій роботи, що надалі не включається в завдання, погіршує результати роботи.

Наприклад, при проведенні роботи з правового виховання учнів 6—11 класів загальноосвітніх шкіл за новою методикою інтерактивного навчання до об'єктів соціального проекту мають бути включені: учні 6—11 класів загальноосвітніх шкіл (ті, на кого спрямоване виховання), члени молодіжної громадської організації, вчителі-організатори загальноосвітніх шкіл, працівники кримінальної міліції у справах неповнолітніх, працівники служб у справах дітей тощо. В даному випадку вони проходять освітні тренінги з метою освоєння нової методики і підготовки для її впровадження.

На цьому завершується етап ініціювання проекту і розпочинається етап безпосереднього його планування.

Етап планування проекту — це перехід від сформульованої ідеї до розробки конкретного плану дій, виконання якого має забезпечити вирішення обраної пріоритетної проблеми.

Найперше необхідно визначити цілі і завдання проекту. Ціль формулюють для того, щоб показати, до чого приведе й чому сприятиме запланована діяльність з вирішення проблеми в межах проекту. Цілі поділяються на загальні (довгострокові) та короткострокові (кінцеві). Загальні цілі описують довгостроковий вплив проекту на поліпшення наявної ситуації у майбутньому, навіть після завершення проекту, та пояснюють його важливість для суспільства. Довгострокових цілей не можна досягти реалізацією одного проекту.

Короткострокова ціль — головна ціль, якої буде досягнуто в ре-

зультаті здійснення проекту. Саме вона й визначається як мета проекту. Проект може мати лише одну кінцеву мету. Наявність кількох кінцевих цілей свідчить про значну складність проекту, яка призведе до великої кількості організаційних проблем, і зрештою, до провалу проекту. Також, постановка кількох цілей в одному проекті може означати, що завдання проекту буде визначено неточно.

На практиці існують різні підходи до визначення мети проекту, однак найголовніша вимога — її конкретність.

Як уже зазначалося, при визначенні мети необхідно стежити, щоб вона відповідала критеріям SMART. Іншими словами, мета має бути конкретною (specific), вимірною (measurable), орієнтованою на дію (action-oriented), реалістичною (realistic), обмеженою в часі (time-limited).

Успіх проекту визначатиметься тим, наскільки добре організація досягає мети проекту. Чим чіткіше буде визначена мета на початку, тим менше розбіжностей щодо рівня її досягнення буде в кінці.

Як свідчить практика, найтиповішою помилкою при формулюванні мети є її недосяжність у межах певного проекту. Досить часто задля надання значимості проекту розробники визначають за мету заздалегідь недосяжні показники — “сприяння становленню і зростанню молодих наукових кадрів, підтримка перспективної та ініціативної молоді”, “залучення молодих українських громадян до державотворення”. Такі визначення є надто загальними, їх можна формулювати на рівні напрямів діяльності, а ніяк не мети конкретного проекту. Визначення мети має містити не гасла, а більш-менш конкретні цілі, досягнення яких можна проконтролювати, виміряти та оцінити.

Наведемо деякі варіанти формулювання мети проекту. Наприклад, проект, спрямований на підтримку молодіжного малого підприємства:

неправильно сформульована мета: сприяння розвитку підприємницької ініціативи молоді;

правильно сформульована мета: сприяння підприємницькій ініціативі молоді шляхом підготовки до відкриття п’яти малих підприємств, створених за ініціативою молодих людей, через надання консультативної підтримки з питань підприємництва.

Проект, спрямований на організацію правового виховання дітей і молоді:

неправильно сформульована мета: сприяння правовому вихованню дітей і молоді;

правильно сформульована мета: ознайомити учнів 1–4 класів десяти загальноосвітніх шкіл міста з положеннями Конвенції ООН про права дитини шляхом проведення серії інтерактивних занять.

Послідовність досягнення поставленої мети визначається при формулюванні завдання проекту. Завдання — це практичні кроки, спрямовані на досягнення мети. При розробці проектної документації завдання формулюються зразу ж після мети, що дозволяє детально її конкретизувати. Основна вимога до формулювання завдань — конкретність і практична наочність результатів їх виконання.

Враховуючи специфіку розробки проектів, при формулюванні завдань фахівці радять дотримуватися певних рекомендацій. Речення, що формулює ціль/завдання, повинно починатися з дієслова в неозначеній формі, яке характеризує дію, що виконуватиметься (наприклад, поліпшити, удосконалити, навчити, збільшити тощо). За змістом речення має відображати такі основні положення:

- конкретизувати очікуваний результат (наприклад, підготувати учнів до самостійного життя);
- конкретизувати об'єкт (наприклад, підготувати учнів до самостійного життя);
- конкретизувати строк досягнення дії (наприклад, протягом навчального року підготувати учнів до самостійного життя);
- конкретизувати зусилля, що плануються, — шляхи, засоби, обсяги тощо (наприклад, протягом навчального року підготувати учнів до самостійного життя в ході проведення циклу тренінгів);
- конкретизувати, якщо це можливо, кількісні характеристики очікуваного результату, які можуть підтвердити досягнення цілі/виконання завдання (наприклад, протягом навчального року підготувати учнів трьох випускних класів до самостійного життя в ході проведення циклу тренінгів);
- конкретизувати, що й коли буде зроблено, не деталізуючи, як і чому це має бути зроблено (наприклад, протягом навчального року підготувати учнів трьох випускних класів школи № 4 до самостійного життя в ході проведення циклу тренінгів) [14, 15].

Усі завдання мають бути чітко підпорядковані цілям проекту і

узгоджуватися між собою за термінами та ресурсами. Щоб провести це узгодження, слід визначити тривалість проекту, обсяги матеріальних (наприклад, оренда приміщень, придбання) і трудових ресурсів, необхідних для виконання завдань, та джерела фінансування.

Планування ресурсів — важливий елемент процесу розробки проекту, оскільки він визначає, які саме ресурси (люди, устаткування, матеріали) і в якій кількості будуть потрібні для виконання запланованих робіт. При цьому обов'язково враховуються обмеження, пов'язані з людськими і матеріальними ресурсами.

З метою зменшення ризику недосягнення мети проекту на етапі його розробки потрібно визначити й конкретні очікувані результати — показники того, що буде отримано в результаті виконання запланованої діяльності з точки зору досягнення мети та виконання завдань проекту. Такий контроль дозволить упевнитись у правильності визначених завдань, тобто, чи відбудуться (або не відбудуться) певні зміни внаслідок реалізації проекту.

Подібно до цілей існують два види результатів проекту. Довгостроковий результат реалізації проекту показує вплив проекту на зміну проблемної ситуації після його завершення.

Короткострокові результати — це безпосередньо очікувані результати, які буде отримано внаслідок здійснення проекту і які відповідають меті та завданням проекту. Результати мають чітко окреслити зміни, які стануться після реалізації проекту, бути максимально конкретними і характеризуватись якісно (нові факти, явища тощо) та кількісно (кількість заходів, залучених осіб та ін.). Також необхідно визначити критерії, за якими оцінюватиметься результат.

Заключним кроком етапу планування проекту є розробка загального плану реалізації проекту, - визначення порядку дій, в якому зазначаються всі розроблені позиції.

Наступною стадією є стадія проектування робіт (організація діяльності проекту). На цій стадії відбувається конкретизація організаційної структури реалізації проекту. Вона є завершальним періодом на шляху переходу від задуму до реалізації проекту і передбачає такі кроки:

- підготовку графіка виконання проекту;
- підготовку проектно-кошторисної документації;
- оформлення проекту.

На початку підготовки графіка виконання робіт слід зібрати команду проекту — людей, визначених у плані дій як відповідальних за виконання проектних завдань. При першій же зустрічі необхідно докладно ознайомити команду з наявним планом. При цьому доцільно вислухати їхню думку щодо завдань з реалізації проекту, наприклад: де може трапитися плутанина і де щось можна вдосконалити. Бажаємо брати до уваги та аналізувати всі пропозиції, особливо у сферах, де члени команди мають більше досвіду, ніж розробник проекту. Відповідно до одержаної інформації план дій коригують.

Далі готується графік виконання проекту. Для цього потрібно визначити послідовність і взаємозалежність кожного виду діяльності та завдань. Послідовність виконання завдань у проекті вибудовується з урахуванням технологічних, організаційних та інших обмежень. Одні роботи можуть виконуватися паралельно, інші ж, навпаки, можуть розпочатися не раніше, ніж завершаться попередні.

Далі потрібно оцінити тривалість дій, тобто визначити кількість робочого часу, необхідного для виконання кожного завдання, та скласти розклад виконання завдань, в якому визначити дати старту і фінішу для виконання всіх завдань проекту. Дуже важливою при цьому є реалістичність розкладу, що вимірюється строками залучення ресурсів та їхнім впливом на термін виконання проекту.

При розподілі проектних завдань необхідно сформувати технічні специфічні роботи для кожного з виконавців і внести їх до графіка виконання проекту.

На цьому етапі доцільно також визначити показники перебігу виконання проекту — як форму поточного контролю, необхідного для забезпечення якості виконання проекту. Такими показниками можуть бути, наприклад, терміни виконання проектного завдання, обсяг виконаних робіт, кількість витрачених матеріальних чи фінансових ресурсів на контрольний момент, проміжні результати виконання завдань тощо. Для оформлення поточного контролю в графік необхідно внести форми отримання інформації про перебіг проекту (засідання, звіти тощо) і терміни його здійснення [7].

Усі зазначені позиції представляються у графічній формі. Слід пам'ятати, що графік має чітко формулювати, в який термін, хто й що повинен виконати. Графік — це основа здійснення контролю за виконанням завдань проекту.

Наступним кроком у розробці проекту є підготовка проектно-кошторисної документації, яка розробляється для визначення обсягу та

розподілу фінансових ресурсів, тобто для забезпечення фінансування проекту. Підготовка проектно-кошторисної документації проекту відбувається на основі оцінки вартості ресурсів, що залучаються для його реалізації. Як правило, цей вид діяльності здійснюється фахівцями-експертами у сфері фінансів. Основними фінансовими документами проекту є:

- бюджет проекту (ресурси, їхня вартість і загальна вартість виконання проекту);
- план використання коштів (бюджет у конкретизованій хронологічній формі);
- план руху коштів (відображає в хронологічному порядку надходження та використання коштів у рамках проекту із зазначенням конкретних термінів проведення очікуваних операцій).

Для підготовки фінансових документів потрібно, передусім визначити перелік ресурсів, необхідних для виконання кожної роботи в проекті. Такими ресурсами можуть бути:

- трудові (витрати на оплату праці, заохочення виконавців проектних завдань);
- матеріальні (витрати на придбання, оренду технічного обладнання, оренду приміщень тощо);
- інформаційні (витрати, пов'язані з інформаційним забезпеченням проекту) тощо.

Визначати вартість ресурсів, необхідних для виконання проекту слід на базі розгляду різних цінових альтернатив (вартість товарів, послуг, які необхідно оплатити за рахунок бюджету проекту) та дотримання співвідношення ціна — якість, після чого обирається оптимальний варіант.

Бюджет проекту оформлюється у вигляді кошторису, який складається відповідно до вимог організації (особи)-донора. Кошторис проекту є основою його фінансування. До нього включаються тільки ті видатки, необхідність яких зумовлена характером і специфікою проекту, виходячи з дійсної потреби в коштах і з додержанням режиму економії та ефективного використання коштів. Планування видатків на реалізацію проекту здійснюється, виходячи з кількості учасників, тривалості окремих заходів і самого проекту та місця його проведення (наприклад, видатки на проживання і харчування учасників будь-якого заходу в м. Києві будуть значно більшими, ніж у будь-якому іншому місті нашої країни).

Зазвичай кожна організація або установа, яка виступає в ролі інвестора, надає перелік статей фінансових витрат, які вона може профінансувати, і форми фінансових документів, які необхідно заповнити.

Типовими статтями витрат бюджету проекту є:

- 1) заробітна плата і гонорари, винагорода за навчання та консультації;
- 2) придбання, друк і розповсюдження інформації та навчальних матеріалів;
- 3) відрядження і пов'язані з ними витрати;
- 4) витрати на зв'язок та адміністрування;
- 5) інші прямі витрати, пов'язані з реалізацією проекту.

Грантові кошти (кошти міжнародних та благодійних організацій) можуть використовуватися тільки на витрати, безпосередньо пов'язані з діяльністю за проектом. Ці кошти не можуть використовуватися для покриття поточних витрат організації, будівництва або придбання нових приміщень, а також замість коштів, які спрямовуються для підтримки подібних послуг або для зменшення поточного дефіциту у зв'язку з попередньою діяльністю. Слід пам'ятати, що гранти не надаються на пропозиції, які спрямовані виключно на придбання обладнання.

Бюджетні кошти (кошти державного і місцевих бюджетів), які виділяються на реалізацію програм молодіжних і дитячих громадських організацій, можуть використовуватися виключно на реалізацію проекту; вони не можуть бути спрямовані на придбання основних засобів — меблів, оргтехніки, комп'ютерів, транспортних засобів тощо, а також на утримання громадських організацій. Статті витрат, що можуть бути профінансовані за рахунок бюджетних коштів, і норми витрат за окремими статтями наведено у Положенні про порядок реалізації програм і проведення заходів з питань дітей, молоді, жінок та сім'ї. До них належать:

<i>Стаття витрат</i>	<i>Норма витрат</i>
----------------------	---------------------

Оплата послуг залучених спеціалістів	Оплата здійснюється відповідно до трудових угод. Видатки обраховуються, виходячи із середніх розмірів посадових окладів (ставок заробітної плати), затверджених для аналогічних категорій працівників бюджетної сфери відповідних галузей, та відпрацьованого часу.
Нарахування	32 % від загальної суми, передбаченої на оплату праці залучених спеціалістів
Витрати на проїзд	Відповідно до існуючих тарифів на оплату проїзду на залізничному транспорті (за винятком проїзду в спальних вагонах) та міжміському автомобільному транспорті і вартості постільної білизни. Якщо проект програми передбачає харчування учасників заходу, добові в дорозі не виплачуються
Витрати на харчування	Передбачаються в кошторисі витрат з розрахунку кількості учасників і діб харчування вартістю 25 грн. на добу на одного учасника програми
Витрати на проживання	Розраховуються відповідно до кількості учасників і діб проживання за фактичними витратами на проживання, що існують у місті проведення проекту.
Оренда місць проведення заходу	Розраховуються на підставі укладених угод про оренду місць проведення (приміщень) і виходячи з фактичних витрат, які існують в певній місцевості
Транспортні послуги	Розраховуються на підставі укладених із транспортною організацією угод на обслуговування і виходячи з фактичних витрат, які існують у певній місцевості
Оренда обладнання, оргтехніки	Розраховуються на підставі укладених угод оренди і виходячи з фактичних витрат, які існують у певній місцевості
Прокат костюмів, одягу	Розраховуються на підставі укладених угод прокату і виходячи з фактичних витрат, які існують у певній місцевості
Художнє оформлення місць проведення заходу	Розраховуються на підставі укладених угод і виходячи з фактичних витрат, які існують у певній місцевості
Послуги зв'язку	Розраховуються на підставі існуючих на момент розробки проекту тарифів міжміського та міського телефонного зв'язку, поштових витрат
Поліграфічні послуги	Розраховуються на підставі укладених угод і виходячи з фактичних витрат, які існують у певній місцевості

Інформаційні послуги	Розраховуються на підставі укладених угод і виходячи з фактичних витрат, які існують у певній місцевості
Канцелярські витрати	Розраховуються на підставі існуючих на момент розробки проекту цін на канцелярські товари
Призи, сувеніри	<p>Для учасників, що виборюють першість, за особисті місця:</p> <p>I місце — у міжнародних змаганнях (конкурсах) — до 100 грн., у всеукраїнських — до 50 грн., у міжобласних, обласних, місцевих — до 40 грн.;</p> <p>II місце — у міжнародних до 80 грн., у всеукраїнських — до 40 грн., у міжобласних, обласних, місцевих — до 30 грн.;</p> <p>III місце — у міжнародних — до 60 грн., у всеукраїнських — до 30 грн., у міжобласних, обласних, місцевих — до 20 грн.;</p> <p>За місця при участі команд (груп):</p> <p>I місце — у міжнародних до 200 грн., у всеукраїнських — до 100 грн., у міжобласних, обласних, місцевих — до 80 грн.;</p> <p>II місце — у міжнародних до 160 грн., у всеукраїнських — до 80 грн., у міжобласних, обласних, місцевих — до 65 грн.;</p> <p>III місце — у міжнародних до 120 грн., у всеукраїнських — до 60 грн., у міжобласних, обласних, місцевих — до 50 грн.;</p> <p>Заохочувальні призи (у розмірі 10 % кількості учасників, що виборюють першість) — у розмірах, установлених для III особистого місця, із застосуванням коефіцієнта 0,9</p>
Представницькі витрати	Передбачаються тільки у проектах міжнародного рівня у випадку прийому іноземних представників і делегацій на буфетне обслуговування під час зустрічей і переговорів, культурну програму для іноземних представників, оплату послуг перекладача, який не перебуває у штаті приймаючої організації.
Інші витрати	До цих витрат належать усі інші витрати на реалізацію проекту, які не увійшли до переліку статей витрат. Наприклад, банківські послуги (на зняття готівки), як правило, 0,5 % від суми готівки, фотопослуги, медикаменти тощо

Слід пам'ятати, що встановлені на даний час статті і норми витрат за окремими статтями змінюються відповідно до чинного законодав-

ства. Повнішу і детальнішу інформацію з цього приводу представники молодіжних та дитячих громадських організацій, програми яких уже пройшли конкурс і фінансуються за рахунок бюджетних коштів, можуть отримати при оформленні документації у Міністерстві України у справах сім'ї, молоді та спорту або його регіональних управлінь.

Розробникам усіх типів проектів завжди слід пам'ятати, що всі інвестори дотримуються принципу бюджетної економії, і тому, розробляючи проект, потрібно наводити реальні розцінки на ті чи ті послуги. Однак не слід забувати й те, що режим економії не повинен відбиватися на якості реалізації проекту.

Типові помилки при фінансових обрахунках проектів на конкурси, стосуються таких моментів:

- 1) у проекті відсутні фінансові розрахунки, а це наводить на думку, що розробники, які не здатні оцінити фінансові потреби, не зможуть ефективно використати кошти, що їх вони отримують на його реалізацію;
- 2) розрахунки на товари і послуги зроблені за завищеними або заниженими розцінками. Організації, які постійно реалізують проекти, орієнтуються у показниках цін. Якщо немає достатнього досвіду, є два шляхи виходу із ситуації. Перший — отримати консультацію спеціаліста, навіть якщо існує потреба оплатити подібну послугу. Другий — пошук аналогічних проектів і уточнення цін за аналогічними послугами;
- 3) у кошторисі витрат не передбачені витрати організації, що реалізує проект. Зазвичай фінансова підтримка надається тим проектам, що передбачають 25–30 % витрат організації-організатора в розрахунку від загального кошторису проекту [14].

Підсумовуючи, слід зазначити, що для успішної реалізації проекту стадії планування та організаційного забезпечення є визначальними. Від правильності прийнятих у цей час управлінських рішень залежатиме рівень виконання завдань та досягнення мети проекту.

Заключним етапом підготовки проекту є оформлення розробок у текстовому варіанті. Цей етап пов'язаний з необхідністю залучення зовнішніх користувачів (зацікавлених сторін) до реалізації проекту і потребою в їхній організаційній або фінансовій допомозі.

Особливо прискіпливо слід поставитися до оформлення документів для отримання фінансової підтримки, оскільки будь-який фінансовий донор передусім буде орієнтований на певну бюджетну

економію. Тому при підготовці документів проекту треба чітко дотримуватися правил апікаційної процедури.

Головне правило — уважно вивчити вимоги до заявок, які встановила організація-донор. Необхідно подати всі документи, зазначені в переліку цієї організації.

Якщо зовнішній інвестор не встановив чітких вимог до оформлення проекту і відсутні апікаційні форми, організація готує і надає концепції (опис) проекту та його фінансове обґрунтування. Як правило, концепція проекту неодмінно має містити:

- назву проекту;
- мету, завдання, актуальність проекту;
- підґрунтя для реалізації проекту (коротка історія виникнення ідеї, спільність мети і завдань проекту з тими напрямками, за якими працює зацікавлена сторона);
- короткий опис змісту проекту;
- перелік необхідних ресурсів;
- очікувані результати;
- термін реалізації проекту;
- контактні особи.

Якщо існують люди або організації, які рекомендують підтримати проект, варто отримати від них та долучити до документів рекомендаційні листи. У додатку 9 наведено зразок проекту „Конкурс дитячого малюнка „Наше здоров’я — багатство України”, оформлення оформлений відповідно до апікаційної форми, затвердженої Порядком проведення конкурсу проектів програм, розроблених громадськими організаціями стосовно дітей, молоді, жінок та сім’ї (постанова Кабінету Міністрів України від 25 липня 2002 р. № 1062).

Також, звертаючись по підтримку проекту, потрібно скласти лист-звернення до відповідної організації, оскільки, на відміну від концепції, лист завжди адресний. У листі необхідно чітко викласти прохання із зазначенням характеру та обсягів допомоги, потрібної саме від цієї організації (установи, особи).

Після закінчення етапу планування проекту і знаходження необхідних ресурсів його виконання розпочинається етап реалізації і контролю за його виконанням. З першого погляду, процес реалізації соціального проекту не становить жодних труднощів: усе, що запланували, ми здійснюємо відповідно до намічених завдань та плану роботи. Проте слід пам’ятати, що реалізація проекту залежить від багатьох

показників. Особливістю проектів, що реалізуються молодіжними та дитячими громадськими організаціями, є безпосереднє активне залучення молодих людей до їх реалізації. По-друге, етап реалізації проекту передбачає також здійснення контролю за виконанням проекту. Однією з форм здійснення контролю реалізації соціального проекту є оцінка ефективності, яку слід передбачати вже на етапі його розробки.

Проведення етапу оцінювання проекту здебільшого набуває форми підготовки звітності, особливо у випадку, коли для реалізації проекту залучалися кошти інвесторів. Зазвичай кожний з інвесторів має свої форми і вимоги до звітності за результатами реалізації проекту, але дві складові у ній завжди обов'язкові. Це:

- тематична (або змістовна) звітність (звітність за результатами здійснення проекту);
- фінансова звітність (звітність за результатами використання коштів).

Молодіжні громадські організації, які отримали бюджетні кошти на реалізацію проектів програм, в установленій угодою про реалізацію програми термін подають до установи, що виділила кошти на проведення програми, творчий та фінансовий звіти.

Творчий звіт, як правило, готують у довільній формі, але в ньому неодмінно висвітлюють такі пункти:

- назва організації, що подає звіт;
- назва програми;
- термін і місце реалізації програми;
- кількість та соціальні категорії учасників програми і залучених спеціалістів;
- перелік організацій та установ, які взяли участь у реалізації програми;
- детальний опис здійснених видів діяльності (проведених семінарів, тренінгів, наданих консультацій, підготовлених інформаційних матеріалів тощо), який передбачає відповіді на запитання: “Що відбулося?”, “Коли відбулося?”, “Як відбулося?”, з доданням усіх наявних матеріалів (програм, роздаткових матеріалів, зразків усіх інформаційних матеріалів тощо);
- аналіз досягнень, який містить висновки щодо кількісних і якісних змін показників ефективності програми (закладених

у меті і завданнях проекту), що передбачає відповіді на такі запитання: “Чи досягнуті поставлені мета і завдання та який рівень їх досягнення?”, “Які були перешкоди?”, “Які позитивні наслідки матиме реалізація проекту в подальшому?”, “Який досвід набуто для майбутньої організації діяльності?”;

- аналіз висвітлення діяльності з реалізації проекту у засобах масової інформації (їх перелік, дата подання інформації та копії матеріалів);
- висновки щодо перспективності продовження проекту;
- дата, підпис керівника організації і печатка організації.

До творчого звіту, окрім матеріалів з реалізації програми, додають фотокартки, відеоматеріали, копії зразків усієї поліграфічної продукції (буклети, брошури тощо), що розповсюджувалася в рамках реалізації проекту.

Якісно підготовлений творчий звіт свідчить про ваші наміри і готовність працювати над реалізацією проекту в майбутньому та продовжити співпрацю з інвесторами.

До фінансової звітності за результатами реалізації проекту, як правило, належать:

- списки учасників, якщо за проектом були передбачені витрати на їхній проїзд, харчування або проживання (інколи на вимогу фінансових управлінь організаторів-інвесторів вони готуються окремо як списки проживаючих, списки на харчування, списки на проживання тощо). Списки мають бути засвідчені підписом керівника та печаткою організації, відповідальною за проведення програми;
- копія наказу щодо проведення програми, в якому визначаються строки проведення та кількість учасників програми;
- засвідчений підписами керівника і головного бухгалтера та печаткою організації, відповідальною за проведення програми, фінансовий звіт з реалізації проекту;
- документи про підтвердження витрат на проїзд (квитки на проїзд залізничним або автомобільним транспортом) та проживання в готелі;
- копії угод з організаціями на виконання робіт або надання послуг (оплата транспортних, поліграфічних послуг, харчування учасників проекту, надання інформаційних послуг

тощо) та акти про виконання цих робіт і надання послуг цими організаціями;

- копії трудових угод із залученими спеціалістами та відомості про оплату праці;
- рахунки на оплату та копії накладних на придбання товарів, призів, подарунків, наданих послуг тощо;
- відомості про вручення призів, засвідчені підписом керівника та печаткою організації, відповідальної за проведення програми;
- акти списання товарно-матеріальних цінностей.

В окремих випадках фінансові управління організацій і установ, які виступають у ролі інвесторів, можуть запросити додаткові фінансові документи. Як правило, організації-інвестори не дозволяють під час реалізації проекту відхилятися від сум, запланованих кошторисом витрат, а тим більше змінювати статті витрат. Наприклад, якщо при реалізації соціального проекту виникла необхідність оплатити послуги перекладача, а кошторисом витрат проекту це не передбачено, то краще оплатити ці послуги за рахунок власних коштів, а не знімати цю суму з іншої статті витрат і не просити додаткові коштів у інвесторів. Варто запам'ятати, що жодна організація, яка виступає в ролі інвестора, після надання громадській організації коштів на реалізацію проекту додаткових коштів не виділятиме. У випадку, коли у громадської організації після закінчення реалізації проекту залишилися кошти за окремими статтями витрат, вони повертаються організації-інвестору.

Бажано, щоб фактичний кошторис витрат (який надається у фінансових звітних документах) збігався по всіх статтях витрат і сумі коштів за кожною статтею з плановим кошторисом витрат, що засвідчить спроможність організації не тільки кваліфіковано підготувати проект, а і якісно його реалізувати.

2.4. Оцінювання ефективності соціальних проектів

В умовах обмежених ресурсів існує потреба у визначенні пріоритетів та пошуку найефективніших (у т.ч. й економічно) програм, що обумовлює в свою чергу, необхідність оцінки ефективності соціальних проектів. Під оцінюванням соціального проекту слід розуміти систематичне глибоке вивчення окремих етапів (видів діяльності) і/

або результатів програми у їх порівнянні зі спеціально розробленими стандартами (критеріями) [14].

Слід зазначити, що Порядок проведення конкурсу проектів програм, розроблених громадськими організаціями стосовно дітей, молоді, жінок та сім'ї (постанова Кабінету Міністрів України від 25 липня 2002 р. № 1062) однією з вимог до проектів програм, що фінансуються з державного бюджету, визначає забезпечення ефективності їхнього виконання. Обґрунтування ефективності реалізації соціальних проектів досягається шляхом проведення оцінки ефективності їхнього впровадження. Слід підкреслити, що фахівці розрізняють два види оцінювання соціальних проектів: формуюче (або базове) та підсумкове. Формуюче (базове) оцінювання застосовується на стадії розробки соціального проекту. Формуюче оцінювання проводить організація самостійно. Воно необхідне для визначення поточної ситуації, що може вплинути на реалізацію проекту. Підсумкове оцінювання здійснюється після того, як реалізацію проекту закінчено. Його мета — дати зацікавленим у його реалізації особам (розробникам, фундаторам, донорам тощо) інформацію для прийняття рішень щодо продовження або припинення, звуження чи розширення проекту.

За ознакою того, що оцінюється, також розрізняють два види оцінювання: оцінювання процесу й оцінювання результатів. Оцінювання процесів (процесуальне; інколи його називають поточним) вивчає ефективність проектної діяльності, застосовуваних методів соціальної роботи, визначає необхідність їх зміни й поліпшення. Оцінювання за результатами застосовується щодо проектів, які вже активно реалізуються і пройшли певні етапи становлення або вже завершені. Оцінюються досягнення проекту.

Для оцінювання ефективності проекту необхідно враховувати дієвість, вплив діяльності з реалізації проекту на різних рівнях, а саме:

- індивідуальному — рівні конкретних учасників програми, користувачів послуг програми, представників цільової групи програми;
- соціального оточення — рівні діяльності різних організацій, які в певному відношенні та взаємозв'язку відповідають за реалізацію проекту чи його окремих складових, а також представників соціального оточення цільової групи проекту, яке істотно детермінує ефективність впливу проекту;
- політичному — рівні правового, соціального та політичного клімату, в якому відбувається реалізація проекту [15].

В оцінюванні результатів реалізації конкретного соціального проекту можуть бути використані два підходи, зокрема:

- внутрішня оцінка;
- зовнішня оцінка.

Внутрішня оцінка проектів може бути здійснена за планом:

План проведення внутрішнього оцінювання програми

1. Основні заходи програми *[всі матеріали (програма проведення, роздаткові матеріали), додаються]*:

№ п/п	Заходи програми (форма організації)	Місце проведення	Термін проведення

2. Учасники програми:

№ п/п	Назва заходу (етапу) програми	Категорії учасників	Кількість учасників

3. Запрошені до участі у програмі (якщо вони не входили до складу учасників програми)

№ п/п	Назва заходу (етапу) програми	Категорії запрошених	Кількість запрошених

4. Залучені фахівці:

№ п/п	Назва заходу (етапу) програми	Фах, спеціалізація залучених спеціалістів	Кількість залучених спеціалістів

5. Організації, які виступили партнерами під час реалізації програми *(назва, підпорядкованість, повна поштова адреса, телефон, факс)*

6. Досягнуті результати *[додаткові матеріали (анкети, розшифровки фокус-груп тощо) додаються]*:

№ п/п	Назва заходу (етапу) програми	Кількісні показники реалізації конкретного заходу	Якісні показники реалізації кон- кретного заходу	Результати, які планується досягти при реалізації заходів

7. Інформаційна підтримка програми *(обов'язково додаються
ксерокопії публікацій, примірники інформаційних матеріалів)*

Рівень висвітлення в ЗМІ

№ п/п	Назва ЗМІ/теле-, радіоканалу	Рівень розповсюдження [всеукраїнський, облас- ний, місцевий, районний, видання об'єднань гро- мадян (НДО, політичних партій]	Назва публікації (програми)	Дата публікації (ефіру)

Видання та розповсюдження інформаційно-методичних матеріалів

№ п/п	Вид інформа- ційно-ме- тодичних матеріалів	Назва інформаційно- методичного матеріалу	Спрямованість	Кількість	Місце розпо- всюдження та категорії на- селення, які їх отримали

8. Як організація планує використовувати результати програми?

Зовнішнє оцінювання з огляду на види, об'єкт та рівні оцінювання може включати в себе такі основні аспекти:

- рівень досягнення поставлених цілей (як короткотермінових, так і довготермінових) і завдань;
- відповідність здійснюваних заходів планам програми, відповідність реальної роботи запланованим заходам;
- кількісна та якісна оцінка учасників або клієнтів проекту;
- рівень зацікавленості та задоволеності діяльністю, що ведеться за проектом, з боку представників цільових груп;

- перспективи використання набутих інформації, знань, умінь, навичок, досвіду тощо;
- вплив проекту на ситуацію, соціальну політику та середовище, у якому діє проект;
- рівень взаємодії з іншими громадськими організаціями, органами державної влади та комерційними структурами;
- найбільші досягнення в роботі проекту;
- найбільші труднощі в роботі проекту;
- шляхи подолання перешкод, що з'явилися;
- заходи, що спрямовані на залучення нових клієнтів/учасників проекту;
- залучення до реалізації проекту додаткових ресурсів (фінансових та не фінансових);
- перспективи продовження проекту (його усталеність).

Як правило, оцінювання ефективності соціального проекту проходить такі етапи:

- 1) розробка програми оцінювання, вибір цільової групи оцінювання;
- 2) розробка інструментарію оцінювання;
- 3) аналіз проектної документації, поточної та підсумкової звітності;
- 4) узагальнення всієї отриманої інформації, підготовка висновків та рекомендацій.

Основними принципами зовнішнього оцінювання соціальних проектів є:

- системність;
- незалежність;
- гласність;
- невторчання;
- економічність;
- гнучкість.

Оцінювання соціальних проектів спрямоване на розв'язання різних завдань залежно від характеру проекту, джерел його фінансування, ступеня актуальності, стадії впровадження [15]:

1. *Оцінювання для продовження (розширення) проекту.* Таке завдання може висуватися, якщо виникає потреба продовжити діючий проект або розширити його (впровадити в іншому місці, з іншими клієнтами тощо). Оскільки поширення (продовження застосування) отриманого досвіду потребує нових ресурсів, слід підтвердити доцільність та ефективність напрацьованого.

2. *Оцінювання для спонсорів/донорів.* Потреба в такому оцінюванні виникає найчастіше тоді, коли йдеться про отримання грантів різних організацій, особливо міжнародних, які передбачають обов'язкове врахування даних оцінювання або моніторингу проекту. У цьому разі оцінювання містить збір та аналіз даних для звітності перед спонсорами/донорами.

3. *Оцінювання для пошуку шляхів поліпшення проекту.* Таке завдання зазвичай висувається самими організаторами і виконавцями проекту, аби критично оцінити свою діяльність, оптимізувати її і підвищити ефективність.

4. *Порівняльне оцінювання різних проектів.* Завдання щодо порівняння кількох соціальних проектів для визначення найкращого, як правило, висувається для оцінювання, коли проводиться тендер на фінансування. Тоді замовники прагнуть мати об'єктивні підстави для вибору проекту з найбільшою очікуваною ефективністю з кількох проектів, поданих на розгляд різними організаціями.

5. *Оцінка економічної ефективності.* На різних етапах реалізації проекту це завдання потребує ретельного збору інформації щодо витрат ресурсів та їх зіставлення з отриманими результатами. Аналіз доцільності витрат дає можливість шукати оптимальні шляхи підвищення економічної ефективності проекту, орієнтовані на досягнення запланованих результатів. Цей вид оцінювання, який поєднує економічний аналіз та аналіз результатів проекту, поки що не набув поширення в Україні.

Мета оцінювання — визначення ефективності програми, шляхів її вдосконалення, розширення або припинення реалізації. Завдання оцінювання можуть бути різними. Так, наприклад, основними завданнями оцінювання проектів молодіжних та дитячих громадських організацій, які реалізуються за фінансової підтримки Міністерства України у справах сім'ї, молоді та спорту, що здійснює Державний інститут розвитку сім'ї та молоді є:

- розробка рекомендацій громадським організаціям щодо поліпшення проекту, вдосконалення механізму його реалізації,

уточнення або його розширення;

- надання аналітичної інформації Міністерству України у справах сім'ї, молоді та спорту щодо соціальної ефективності програм, які реалізуються молодіжними і дитячими громадськими організаціями;
- розробка рекомендацій Міністерству України у справах сім'ї, молоді та спорту з питань удосконалення проектної та звітної документації програм молодіжних і дитячих громадських організацій;

План реалізації оцінювання розробляється окремо для кожної програми відповідно до поставленої мети, завдань, термінів реалізації та сценарного плану реалізації

При проведенні оцінювання використовується наступний інструментарій: анкети, інструкції, плани гнучких та глибинних інтерв'ю, сценарії проведення фокус-груп для збору інформації, плани проведення спостереження, методичні рекомендації щодо процедури збору інформації тощо.

З якісних методів проведення оцінювання найчастіше використовуються:

- фокус-групи;
- гнучкі та глибинні інтерв'ю;
- щоденники спеціалістів, які ведуть індивідуальний прийом клієнтів;
- спостереження.

Із кількісних методів:

- стандартизовані та напівструктуровані опитування: переважно "віч-на-віч";
- статистичний аналіз стандартизованих форм реєстрації процесу.

Основними джерелами отримання інформації при проведенні оцінювання соціальних проектів є:

- різноманітна документація проекту та його окремих складових;
- результати опитування, фокус-груп, спостережень, інтерв'ю тощо;
- інформаційно-освітні матеріали та інші видання в межах проекту;

- матеріали засобів масової інформації з висвітлення ходу реалізації проекту.

Групою оцінювання використовується інформація: керівників та виконавців проекту; волонтерів, які брали участь у реалізації проекту; представників цільових груп, на які було спрямовано діяльність, передбачену проектом; представників соціального оточення цільової групи; представників інших організацій, що також були залучені до діяльності за проектом або ж були співвиконавцями проекту; представників місцевих органів влади та інших установ, від впливу яких залежав успіх виконання проекту, тощо.

Для оцінювання проектів кількісні та якісні критерії розробляються до кожного окремого виду діяльності, передбаченого програмою. За результатами проведення моніторингу соціальних проектів, здійснених фахівцями Державного інституту розвитку сім'ї та молоді, у т.ч. й програм молодіжних та дитячих громадських організацій, окреслимо основні критерії для різних видів діяльності. Зазвичай у рамках проектів застосовуються такі види діяльності:

Просвітницька діяльність (освітня, інформаційна тощо). Оцінювання здійснюється методом соціологічного опитування учасників до початку навчання і після його закінчення (вхідне та вихідне анкетування учасників). Критерії:

- зміна рівня знань, ставлення;
- набуття нових навичок і вмінь, що впливають на поведінку.

Основним **показником ефективності інформаційних матеріалів**, розроблених під час реалізації проекту, є їхня якість і популярність серед користувачів. Тому оцінка інформаційних матеріалів здійснювалася за трьома критеріями:

- 1) експертна оцінка інформаційного матеріалу фахівцями (рецензування);
- 2) аналіз використання інформаційних матеріалів користувачами (аналіз наявності конкретних організацій чи осіб, які скористалися матеріалами у своїй роботі);
- 3) оцінка інформаційних матеріалів користувачами, що проводиться в ході соціологічного опитування учасників після завершення проекту.

Показниками ефективності **проведення масових заходів** (які проводяться для формування громадської думки) є:

- аналіз кількості та якості змісту публікацій у засобах масової інформації;
- аналіз осіб та організацій, що ознайомилися з інформаційними матеріалами;
- результати соціологічного опитування учасників про перспективи використання досвіду напрямів діяльності, що пропавувалися;
- кількісний та якісний аналіз учасників заходу [14, 15].

На думку фахівців, найкращий спосіб оцінки проекту – це робота незалежного експерта, результати роботи якого доводяться до відома членів організації, що були задіяні у проекті.

РОЗДІЛ 3. ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ДІЯЛЬНОСТІ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

3.1. PR-стратегія громадських організацій

Паблік рілейшнз (зв'язки з громадськістю) є новим соціальним інститутом в українському суспільстві, який тільки почав розвиватися на початку 90-х років XX століття. В Україні першими почали розвиватися служби, що виконували окремі функції PR у структурах політичних партій, урядових органах, великих закордонних комерційних компаніях.

Останнім часом науковці й практики дедалі більше приділяють увагу застосуванню PR у діяльності громадських організацій, що обумовлено певними особливостями їх діяльності, а саме:

1. Громадські організації вирішують ті соціальні проблеми суспільства, які інші інститути суспільства не можуть або не бажують розв'язати.
2. Громадські організації мають обмежені матеріальні й фінансові ресурси.
3. Діяльність громадських організацій значною мірою залежить від допомоги з боку волонтерів.
4. Громадські організації є своєрідною формою впливу громадян на державу і її політику [23].

Про необхідність посилення PR у діяльності громадської організації засвідчують результати PR-досліджень, відповідно до яких успіх громадських (недержавних) організацій залежить:

- на 15–20% від актуальності проблем, над якими працює організація;
- на 30–35% від фахового рівня членів організації та функціональної продуктивності;
- приблизно 50% успіху організації припадає на загальну репутацію, імідж та рівень контактів [13, с. 5].

За визначенням Скотта М. Катліпа, Аленна Х. Сентера, Глена М. Брума **мета** PR для некомерційних організацій полягає у:

- 1) зростанні популярності місії організації;
- 2) розробці каналів комунікації з тими групами громадськості, кому слугує дана організація;
- 3) створенні та підтримці сприятливого суспільно-політичного

клімату, який сприяє реалізації місії даної організації та залученню інвестицій;

- 4) створенні атмосфери довіри до організації та її діяльності;
- 5) приверненні уваги громадян до певних суспільних проблем, необхідності та шляхів їх термінового розв'язання [20].

Отже, перед будь-якою громадською організацією постають такі PR-завдання:

- більше інформувати про діяльність організації, її роль і місце у розвитку суспільства й вирішенні нагальних потреб людей;
- налагоджувати контакти з цільовими групами громадськості, розвивати соціальне та корпоративне партнерство;
- демонструвати свій фаховий рівень і досвід у розв'язанні соціальних проблем;
- зміцнювати свою репутацію.

PR-діяльність, як і будь-який інший вид діяльності, має бути спланованою і підпорядкованою місії організації. Кожна організація плануючи свою PR-діяльність, розробляє відповідні стратегії. PR-стратегії найчастіше застосовують для розробки конкретних програм комунікації, для кожної з цільових груп громадськості, й у цьому випадку вони розробляються відповідно до основних стратегій організації. Наприклад, якщо громадська організація обрала стратегію розширення своєї діяльності на ті регіони України, де вона ще не представлена, то PR-стратегія в цьому випадку буде спрямована на підвищення обізнаності цільових груп громадськості про місію організації, досвід її діяльності, встановлення контактів з потенційними партнерами, органами влади тощо.

При розробці PR-стратегії пріоритетне значення має визначення цільових аудиторій та їх пріоритизація. Цільові групи громадськості — це будь-яка група людей, що так чи інакше пов'язана з організацією, яка має вирішальний вплив на її життєдіяльність. Дослідження своєї цільової аудиторії, її інтересів, потреб, очікувань є першим і одним з найважливіших кроків організації в PR-діяльності [23].

Для більшості українських громадських організацій перелік цільових аудиторій є типовим. Розглянемо типові групи цільової аудиторії для молодіжних та дитячих громадських організацій (Див. рис. 3.1).

1. Представники державних органів влади:
 - посадовці законодавчих, виконавчих та судових органів влади (як центральних, так і місцевих);
 - депутати всіх рівнів влади (як місцевих рад, так і Верховної Ради України);
 - керівники та працівники державних установ і організацій.
2. Партнери — ті, хто провадить діяльність споріднених видів:
 - інші громадські організації (українські та зарубіжні);
 - незалежні експерти;
 - ресурсні центри;
 - проекти технічної допомоги;
 - установи й організації, які займаються вирішенням тих чи інших проблем.
3. Спонсори та грантодавці — ті, хто надає безповоротну фінансову допомогу:
 - міжнародні організації - „донори”;
 - благодійні фонди;
 - комерційні структури;
 - окремі особи (наприклад, українські бізнесмени).

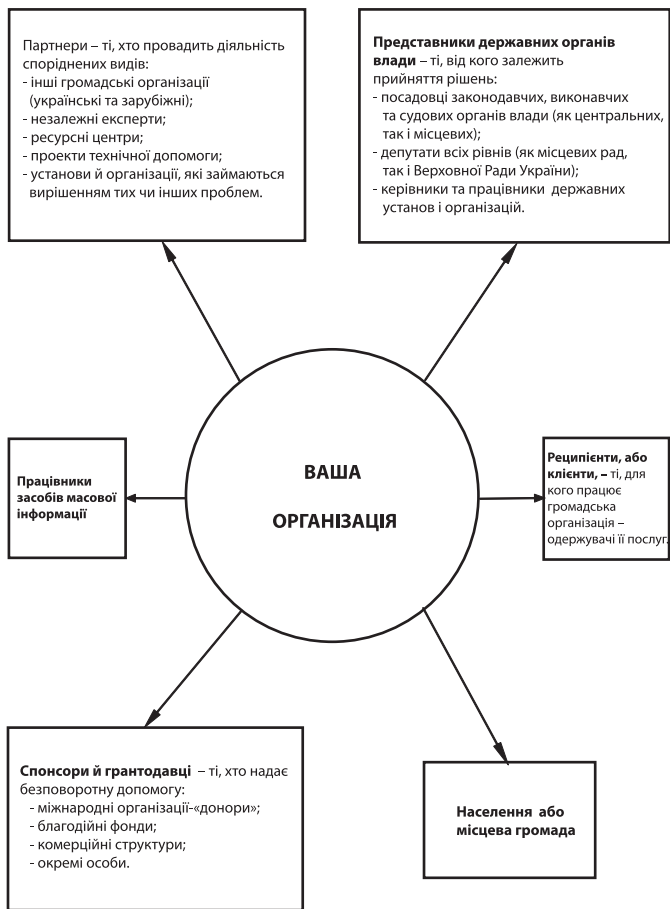


Рис. 3.1. Основні цільові аудиторії громадської організації

4. Реципієнти, або клієнти, – ті, для кого працює громадська організація – одержувачі її послуг.
5. Населення або місцева громада.
6. Працівники засобів масової інформації.

На нашу думку, у цього переліку слід звернути максимальну увагу на працівників засобів масової інформації. Це обумовлено тим, що в

сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства засоби масової інформації не просто відображають реальність, а відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки.

Безумовно, кожна молодіжна або дитяча громадська організація проводить сегментацію цільових груп громадськості. Наприклад, для молодіжної громадської організації м. N (яка має статус місцевої організації) „Асоціація молодих педагогів” цільовими групами громадськості будуть виступати:

1. Представники державних органів влади: представники Міністерства освіти і науки України, представники міського управління освіти, управління у справах молоді та спорту, депутати міської ради, працівники податкових органів, контрольно-ревізійних управлінь, державного казначейства тощо.
2. Партнери — молодіжні й дитячі організації міста, міська профспілкова організація працівників освіти міста, незалежні експерти з питань освіти, ресурсні центри для громадських організацій (за наявності таких у місті N), дослідні або наукові центри, керівники навчальних закладів міста, керівники позашкільних навчальних закладів міста.
3. Спонсори та грантодавці — (українські й зарубіжні) — міжнародні організації — „донори” і благодійні фонди, які надають гранти на реалізацію проектів у сфері освіти, освітніх послуг, комерційні структури міста, підприємці міста.
4. Реципієнти, або клієнти, — молоді педагоги міста.
5. Громада міста N.
6. Працівники місцевих та шкільних газет, місцевого радіо та телебачення.

Для кожної організації особливе значення має ранжирування вагомості тієї чи іншої групи громадськості для конкретної організації в конкретний проміжок часу (ситуаційний підхід). Залежно від цього за певних обставин може визначатися пріоритетна група громадськості. Звісно, залежно від цільової аудиторії відрізнятимуться й методи PR-діяльності організації.

Для PR визначення цільових аудиторій є важливим з погляду комунікацій: не можна звертатися до всіх. Ефективна комунікація будується на чіткому знанні своїх цільових аудиторій, її цінностей, смаків, уподобань [23].

Слід зазначити, що PR належить до комунікативної сфери, яка має свої принципи діяльності. Зокрема:

1. Контекст та відповідність змісту. Будь-яке інформаційне повідомлення може досягти свого адресата, коли воно відповідає потребам суспільства (громади), висвітлює проблему, що є актуальною і наболілою та цілком відповідає настроям громадян.
2. Легкість сприйняття: інформаційне повідомлення має бути легким і зрозумілим для цільових груп.
3. Вибір каналів комунікації. Кожна цільова група користується визначеними каналами комунікації. Для того, щоб інформаційне повідомлення дійшло до адресата, організація повинна чітко знати ті канали комунікації, якими він користується і яким довіряє.
4. Безперервність та послідовність: тільки систематичне інформування про діяльність організації і послідовне викладення ідей дає можливість донести до аудиторії необхідну інформацію.

3.2. Особливості змісту та форм комунікаційного процесу громадських організацій

До основних комунікаційних каналів громадських організацій можна віднести засоби масової інформації (у т.ч. і веб-сайти), організацію і проведення власних PR-заходів, підготовку й розповсюдження власної PR- продукції, канали міжособистісного спілкування.

Особливості взаємодії із засобами масової інформації. До PR-інструментарію, що використовується при взаємодії зі ЗМІ, відноситься прес-реліз, підготовка і проведення прес-конференцій та брифінгів, прес-турів; участь представників організації в різноманітних теле- й радіопрограмах; створення власних теле- й радіопрограм, друкованих засобів масової інформації, власних веб-сайтів; надання інтерв'ю; написання та розміщення спеціалізованих публікацій.

Особливості взаємодії громадських організацій із засобами масової інформації обумовлені специфікою діяльності громадських організацій. Тому основну увагу слід зосередити не на рекламній діяльності організації та послуг, що їх вона надає, а на ролі й значенні організації у вирішенні конкретних соціальних проблем людей.

Фахівці радять починати співпрацю із засобами масової інформації зі створення власної бази даних засобів масової інформації (або медіа-карти), з якими має намір постійно співпрацювати організація. Вона має включати такі елементи: назву кожного видання, радіо - чи телекомпанії, рейтинг, тираж або обсяг мовлення, телефони й адреси редакцій, імена та прізвища головного редактора, провідних журналістів тощо. Обираючи для співпраці засоби масової інформації, слід пам'ятати, що більшість людей віддають перевагу національним каналам телебачення і місцевим газетам.

Очевидним є те, що до бази даних мають увійти не всі існуючі засоби масової інформації, а насамперед ті, які спрямовуються на цільову аудиторію організації. Це можуть бути студентські видання, міська газета, всеукраїнські молодіжні газети і журнали, молодіжні веб-сайти, спеціалізовані видання тощо.

Готуючи друковані матеріали для преси, слід пам'ятати, що головною їхньою відмінністю від решти друкованих матеріалів організації є підпорядкованість загальній меті PR-кампанії. Письмові й друковані PR-матеріали мають спрямовуватися на конкретного одержувача повідомлення, тому все в цьому документі — текст, стиль, елементи оформлення — має відповідати уподобанням потенційного читача [23].

Вимоги і правила підготовки прес-релізів, прес-конференцій описані в багатьох виданнях, тому зосередимо свою увагу тільки на деяких моментах.

Громадським організаціям слід враховувати особливості організації **прес-конференції**, які слід проводити в тому випадку, коли є вагомий інформаційний привід — висвітлення справді вирішальної події або представлення інформації, яку досі ще ніхто не оприлюднював. Тільки тоді організація буде впевнена, що прес-конференція відбудеться, оскільки журналісти отримають справжню новину, цікаву для глядачів, читачів та слухачів.

Слід пам'ятати також, що особливістю PR-комунікації є те, що у її складі є не тільки слово, а й подія та картинка. Тому при проведенні прес-конференцій, наданні інтерв'ю телеканалам, проведенні заходів організації бажано обов'язково використовувати символіку — логотип організації, банер з назвою організації та її логотипом тощо. Це сприятиме формуванню зорових асоціацій у глядачів, підвищить рівень розпізнаваності організації.

Прес-реліз є найпоширенішою формою спілкування з пресою. Написання та розсилка прес-релізу може використовуватися у багатьох випадках: до прес-конференцій, акцій, зустрічей тощо. Можна спрогнозувати, що редактор обере короткий (не більше однієї сторінки) прес-реліз, надрукований на папері стандартного формату (А-4), написаний тією мовою, якою виходить конкретна газета (передача ТБ, радіо).

Структура прес-релізу повинна будуватися наступним чином. Перший абзац повинен містити інформацію, яка відповідає на такі запитання: Де? Що? Коли? (Наприклад: „20 травня 2007 року о 10.00 у приміщенні УНІАН відбулася прес-конференція молодіжної міської громадської організації „Молодь Києва”, на якій були презентовані результати дослідження громадського сектору в Україні). Наступні абзаци — найголовніші тези, які організація хоче донести громадськості (у нашому прикладі — це головні результати дослідження). Далі у прес-релізі надають додаткову інформацію, як-то коротке резюме організації, перелік проєктів, які вона реалізовує тощо.

Готуючи прес-реліз, бажано дотримуватися газетного стилю, пам'ятаючи при цьому, що прес-реліз не є статтею, а лише матеріалом для неї. Тому слід уникати суб'єктивних оцінок та емоційних висловлювань. Прес-реліз повинен мати достатню кількість цитат, які журналісти люблять використовувати у своїх статтях.

Декілька стислих порад щодо написання прес-релізів:

- мова повинна бути чіткою та ясною;
- не треба зловживати технічними подробицями та цифрами;
- речення та абзаци повинні бути короткими;
- заголовок повинен розкривати його зміст;
- текст подається лише на одному боці аркуша;
- у прес-релізі не потрібно робити підкреслень;
- прес-реліз бажано подавати на офіційному бланку організації;
- прес-реліз не може побачити світ без дати;
- аббревіатури, що вживаються у прес-релізі, хоча б один раз треба розшифрувати [13].

Особливу увагу слід приділити розповсюдженню прес-релізу. При цьому слід враховувати певні обставини. Треба чітко усвідомлювати, журналісти яких видань зацікавлені в отриманні цієї інформації. Важливою є також і та обставина, яким чином можна передати

в редакцію прес-реліз. Не можна забувати про те, що в кожному ЗМІ є свій графік підготовки матеріалів і при передачі прес-релізу його треба врівноважувати.

Фахівці радять також громадським організаціям готувати **регулярні публікації**. Виграшним варіантом є публікація спеціалізованої („експертної”) статті. Вона дасть можливість привернути увагу читача до актуальності проблеми, викликати зацікавленість аудиторії. Для того, щоб написати спеціалізовану статтю, слід у вступі за допомогою кількох цифр та фактів підкреслити актуальність проблеми. В основній частині у двох-трьох блоках розглянути можливі шляхи виходу із ситуації (тут можна порівняти різні погляди на проблему). У висновку викладають найраціональніший та найсприятливіший для організації варіант виходу із ситуації [13].

З розвитком інформаційних технологій зростає популярність такого каналу комунікації, як **Інтернет**. В останні роки збільшується кількість українських інформаційних ресурсів, доступних через мережу Інтернет, і посилюється інтерес до них користувачів. Дедалі більше організацій (у т. ч. і громадських) створюють власні веб-сайти, застосовують технології Інтернет-конференцій, форумів, опитувань тощо. І хоча кількість користувачів мережі Інтернет в Україні невелика, їхня чисельність постійно зростає. Для молодіжних та дитячих громадських організацій поширення інформації через власні веб-сайти або веб-сайти інших організацій є досить оперативним і відносно недорогим засобом комунікації.

Організація і проведення власних PR-заходів. У сучасних умовах щораз більше організацій вдаються до організації і проведення власних PR-заходів, головною метою яких є привернення уваги громадськості до своєї діяльності, зміцнення репутації організації. Для молодіжних та дитячих громадських організацій це можуть бути:

- виставки, презентації, конкурси, фестивалі;
- відзначення річниць створення організації;
- різноманітні аукціони;
- засідання круглих столів;
- різноманітні розважальні заходи;
- спортивно-масові чи культурні заходи;
- теле- чи радіомарафони тощо.

На нашу думку, проведення власних PR-заходів є найефективнішим каналом комунікацій з партнерами організації та громадою міста.

Підготовка і розповсюдження власної PR-продукції. До власної PR-продукції можна віднести:

- виготовлення й поширення власних презентаційно-інформаційних матеріалів (факт-листів, буклетів, річних звітів, бюлетенів тощо);
- електронні й поштові розсилання (директ-мейл);
- виготовлення й поширення популяризаційних атрибутів (ручок, календариків з логотипами організації тощо);

До презентаційно-інформаційних матеріалів належить і факт-лист. Факт-лист – це резюме організації, головна його ціль – офіційна ділова презентація вашої організації. Виділяють таку структуру факт-листа:

1. Інформація про заснування організації. Керівництво організації.
2. Головна мета діяльності організації і заходи, спрямовані на її досягнення.
3. Чисельність організації, регіон її діяльності.
4. Партнери організації.
5. Найголовніші здобутки організації.
6. Плани на майбутнє

Вимоги до написання факт-листа:

- у факт-листі має бути представлена повна інформація про організацію, лаконічно подана сухою мовою цифр і фактів;
- обов'язково слід зазначити поштову, електронну адресу, номери телефонів і факсів, прізвища та ім'я керівників або контактних осіб;
- текст має бути розміщений на одній сторінці формату А-4 [13, с. 70-74].

Факт-листи розповсюджуються під час знайомства та перших контактів серед державних службовців, майбутніх партнерів, потенційних грантодавців, журналістів або надаються у прес-пакетах журналістам під час проведення будь-яких публічних заходів.

Факт-листи можна також підготувати й у формі буклетів. Але в буклетах необхідно також подати фотографії. Як правило, в презен-

таційно-інформаційних матеріалах розміщуються не статичні фотографії, а фотографії, на яких зафіксовані дії.

Слід підкреслити, що організації необхідно дуже уважно ставитися до виготовлення власної PR-продукції. Краще заздалегідь розпланувати види, кількість і якісний зміст цих матеріалів.

Соціальна реклама. Одним із актуальних засобів комунікації, що застосовується у роботі громадських організацій є соціальна реклама. Цей вид реклами правомірно вважається важливим та потужним методом донесення необхідного послання до різних груп населення. Як правило, соціальні рекламні-інформаційні матеріали використовуються для досягнення таких основних цілей:

- нагадування про існуючі соціальні проблеми;
- формування громадської думки;
- вплив на поведінку з метою зміни її небажаних елементів;
- інформування різних категорій населення щодо напрямів діяльності та соціальних послуг, які надаються тією чи іншою організацією.

Соціальну рекламу характеризують різні параметри, які забезпечують цілісність рекламного продукту та комплексність впливу на споживача.

За ступенем охоплення аудиторії засоби поширення інформації можна проранжувати у порядку спадання в такий спосіб: телебачення, радіо, газети, журнали, плакати/зовнішня реклама, друковані матеріали (буклети, брошури, листівки і т.п.), громадські заходи. Кожен засіб поширення інформації має свої особливості, які варто враховувати і ґрунтовно використовувати.

Вибір джерела поширення соціальної реклами повинен ґрунтуватися також на врахуванні наступних факторів:

- визначення пріоритетного джерела отримання інформації різними категоріями населення та рейтинг різних телеканалів всеукраїнського, місцевого та локального рівнів;
- визначення оптимального ефірного часу відповідно до вікових та статусних особливостей населення;
- знання про вже звичні способи отримання інформації населенням того чи іншого району або міста.

З іншого боку при виборі джерел поширення інформації для моді, варто також враховувати специфіку впливу та сприймання інформації особистістю з різних рекламних носіїв. Найефективнішим

в цьому розумінні вважається реклама на телебаченні. Телереклама впливає на людину комплексно, адже задіяно різні види сприймання: людина і бачить і чує рекламне повідомлення одночасно. Такий одночасний вплив на особистість сприяє кращому запам'ятовуванню потрібної інформації, а от вже на етапі впізнавання доцільним є використання зовнішньої реклами, розміщеної на біг-бордах або на транспорті.

Рекламна інформація у вигляді роздаткового матеріалу (буклети, листівки, візитки) є значно дешевшою, ніж телевізійна реклама. Ефективність такої продукції значно підвищується, якщо її використовувати не як основний вид поширення інформації, а як акцентний (буклет має зручний формат, візитка із номерами телефонів та адресою — легко вміщається у гаманець або кишеню). Позитивом такої форми подачі матеріалу є можливість залишити потрібну клієнту інформацію, адже часто номери телефонів та адреса, зазначені у телевізійному ролику або на бігборді не запам'ятовуються. Аналізуючи ефективність соціальної реклами в залежності від способу передачі, необхідно зважати також на соціально-психологічні особливості цільової аудиторії, на яку спрямована певна рекламна інформація.

Щодо змістової сторони соціальної реклами, то необхідно відзначити наявність певних вимог до подачі матеріалу. Змістове наповнення соціального рекламного продукту повинно бути таким, щоб викликати довіру у цільової аудиторії. У першу чергу інформація, розміщена в рекламних матеріалах, має бути зрозумілою та правдивою. Також важливо подавати інформацію у цікавій формі. Рекламні тексти в такому випадку можуть бути оформлені у вигляді коміксів, карикатур, тематичних малюнків тощо.

Головним критерієм оцінки соціальної реклами стосовно її змістовної, поліграфічної та художньої якості є комплексність. Тобто, говорячи про ефективну соціальну рекламу, необхідно брати до уваги всі її характеристики, головною метою яких повинно бути підсилення ефекту сприйняття та здатність через технічні прийоми донести суть рекламного звернення до конкретної цільової аудиторії.

Аналіз зарубіжної практики дозволяє констатувати високу здатність соціальної реклами впливати на особистість. Однак важливим в цьому процесі є врахування та створення умов, що забезпечують ефективність впливу реклами. До них відносять застосування якісної, психологічно продуманої соціальної реклами та використання її як елемента соціальної рекламної-інформаційної кампанії поряд з іншими формами впливу та каналами комунікації.

Соціальна рекламно-інформаційна кампанія - комплексна система заходів впливу на визначені групи населення за допомогою різних засобів і каналів масового й індивідуального інформування і навчання з метою спонукання до прийняття нових, корисних для них самих і для суспільства, моделей поведінки у визначеній сфері життя.

Вибір заходів реалізації соціальної рекламно-інформаційної кампанії напряму залежить від можливих каналів комунікації. Щоб розробити конкретний план дій щодо реалізації заходів кампанії, потрібно:

- скласти список усіх заходів, необхідних для успішного виконання поставлених завдань;
- згрупувати їх за функціональною ознакою (наприклад, управління, реклама і т.д.);
- розподілити обов'язки і призначити відповідальних;
- визначити терміни реалізації намічених заходів;
- визначити необхідні ресурси і фінансові витрати;
- визначити критерії, за якими можна оцінити якість виконання кожного заходу.

Фахівці стверджують, що соціальну рекламу як частину рекламно-інформаційної кампанії в діяльності громадських організацій найдоцільніше використовувати при реалізації освітніх та профілактичних програм. Окрім цього, вона є прекрасним засобом загального інформування всіх цільових аудиторій організації. Її застосування допомагає висвітлити перед громадськістю основний зміст діяльності організації та необхідність дій, спрямованих на покращення ситуації.

Канали міжособистісної комунікації. Ці канали відіграють важливу роль саме для громадських організацій. Найефективнішим каналом комунікації між організацією і громадськістю є волонтери, оскільки вони добровільно долучаються до роботи організації і є одним з головних носіїв інформації про її діяльність.

3.3. Технології лобіювання у діяльності громадських організацій

Розв'язання актуальних соціальних проблем, над якими працюють громадські організації, матиме короткостроковий ефект, якщо воно не комбінується з одночасним впливом на зміну політики держави щодо цього питання. Саме тому більшість громадських організацій у своїй діяльності шукають шляхи взаємодії з органами державної влади і впливу на її політику.

У практиці PR взаємодію з органами державної влади дуже часто називають лобіюванням. Лобіювання — це цілеспрямований вплив організацій або окремих громадян не лише на прийняття, відхилення чи зміну законів у парламенті, а також вплив на адміністративні рішення уряду при підтримці не лише обраних депутатів, а й різних політичних партій, державних і недержавних установ та громадськості [6].

Першочергове завдання цивілізованого лобіювання — домогтися того, щоб у законодавчих і нормативних актах державної влади були враховані специфічні інтереси різних груп громадськості, їхніх організацій, що не суперечать загальним інтересам суспільства [23, с. 181].

Головні завдання громадської організації в лобіюванні такі:

- налагодження постійних контактів з владою;
- аналіз та оцінка діяльності органів і структур влади в тих сферах, у яких працює громадська організація;
- інформаційна допомога владі в цій діяльності;
- вплив на ухвалення рішень влади в цій сфері [13].

Отже, головним і найважливішим для діяльності громадських організацій є те, що лобіювання дає можливість привернути увагу владних структур до гострих соціально-економічних проблем, політичних та інших питань, якими опікується організація. Окрім цього, реалізація суспільних інтересів за допомогою інструментів лобіювання може допомогти і законодавцеві, сприяючи підвищенню рівня ефективності виконання його офіційних обов'язків.

Фахівці виділяють наступні прямі форми лобіювання: підготовка й надання відповідним органам проектів нормативно-правових актів; лобіювання під час призначення посадових осіб на різних рівнях влади (наприклад, голів комітетів, членів уряду, керівників місцевих державних адміністрацій) та розподіл між ними повноважень; організація і проведення переговорів з уповноваженими органами влади з метою відстоювання своїх інтересів; участь в урядових, парламентських, міжнародних комісіях, діяльність яких спрямована на врегулювання окремих економічних, політичних, соціальних чи інших питань.

Серед непрямих форм лобіювання слід виділити такі: підготовка досліджень (аналітичних, статистичних тощо), публікацій, прогнозів, висновків, звітів, які містять конкретні пропозиції з метою вплинути на рішення уповноважених органів; висловлення позиції (власної або окресленої суспільної групи) щодо проектів нормативно-правових актів, що готуються уповноваженими органами; організація та участь у семінарах, конференціях, слуханнях, круглих столах, що проводять-

ся з метою попереднього обговорення певних рішень; пропагування власних поглядів та інтересів через ЗМІ; організація груп, які зацікавлені у вирішенні певної проблеми, заклик до активних дій та виступів (написання листів, зустрічей з народними депутатами тощо) [6].

Для успішного лобіювання доцільним є створення коаліції. Коаліція (від середньовічного лат. *coalitio* - союз) — це організація, яка складається з груп, що мають різні інтереси й об'єднують свої людські та матеріальні ресурси з метою проведення певних змін, які вони не можуть реалізувати самостійно.

Коаліція має багато переваг: вона може завоювати довіру більшої кількості громадян, створити умови для появи нових лідерів, залучити нові ресурси до діяльності організацій. Звичайно, робота в коаліції має і певні недоліки; вона обмежує участь в інших проектах, тому необхідним буває використання тактичних методів, які не є характерними для певних організацій, внаслідок чого їхні члени втрачають насагу до роботи [3].

Для того, щоб спланувати лобістську кампанію, фахівці радять:

1. Чітко визначити головну проблему, бажані результати й шляхи досягнення цих результатів.
2. Визначити, до компетенції яких органів державної влади входить розв'язання даної проблеми.
3. Установити хто належить до союзників, а хто до опонентів (т.з. адресанти лобістської кампанії).
4. Визначити, які способи і техніки лобіювання слід застосувати.
5. Чітко розподілити ресурси і час.

Інструменти лобіювання:

- *“перелік аргументів”* під час розгляду проблем, яку береться вирішити організація — будується у формі таблиці “за” і “проти”, за ієрархією соціальної значимості. Виникає кілька варіантів: з урахуванням мотивацій населення, депутатів, членів майбутньої коаліції, опонентів;

- *“питання-відповіді”* — викладаються аргументи у формі запитань, які можуть поставити опоненти, та відповідей, які ви зможете їм надати. Виникає кілька варіантів: з урахуванням мотивацій населення, депутатів, членів майбутньої коаліції, опонентів;

- *ключова інформація* — будується за такою схемою: окреслення проблеми, визначення шляхів її розв'язання, додаткова аргументація.

Ця інформація надається адресантам вашої лобістської кампанії, журналістам, населенню;

- *реєстр контактів* — список осіб, їхні контактні телефони, перелік їхніх дій у лобістській кампанії. Реєстр постійно оновлюється і є своєрідним планом-графіком проведення вашої лобістської діяльності [13, с. 75-76].

У практичному лобіюванні застосовують певні прийоми і техніки лобіювання. Зокрема:

- пряме інформування посадовців (у будь-якій формі);
- особисті офіційні та робочі зустрічі;
- створення лобістських коаліцій;
- виступи на заходах органів влади та місцевого самоврядування, активна участь у будь-яких заходах цих органів;
- ініціювання громадських звернень, зборів, слухань, місцевих референдумів, масових акцій тощо;
- посередницькі заходи (в узгоджувальних процесах між органами влади та місцевими організованими громадами);
- залучення до процесу лобіювання авторитетних діячів (професійні лобісти звикли працювати в “в тіні”, такий підхід — одна з норм лобістської діяльності. Етика лобістської діяльності застерігає: потрібно завжди концентруватися на проблемі, але ніколи — на особі) [13].

Велике значення має медіа-супровід лобістської кампанії. На початку лобістської кампанії треба за допомогою мас-медіа зосередити увагу громадськості на проблемі, показати її гостроту і нагальність. Дуже добре спрацюють репортажі з місця події з коментарем фахівця (експерта).

На етапі розгортання основних зусиль лобістської кампанії через ЗМІ належить висвітлити такі питання: якими можуть бути варіанти ухваленого рішення, які переваги й недоліки має кожний альтернативний варіант. На цьому етапі дуже важливо дати журналістам можливість узяти безпосередню участь у подіях. Це можуть бути дискусії між прихильниками різних альтернативних проектів за участю журналістів або громадські слухання. [13, с. 87-88].

Підсумовуючи, слід зазначити, що PR — досить важлива складова частина становлення громадського об'єднання і є необхідним елементом на всіх етапах розвитку та існування організації. PR-заходи — одне з основних джерел розповсюдження інформації про орга-

нізацію і формування суспільної думки про цілі та напрями і методи її діяльності.

3.4. Етичні засади діяльності громадських організацій

Важливим аспектом у діяльності громадських організацій є питання етики та культури стосунків як усередині самої організації так і поза нею. „Сьогодні етика вже не є вибором першокласного лідерства. Сьогодні це імператив”, — саме так вважають автори книги „Першокласне лідерство” Вес Кантрел та Джеймс Лукас [31]. У широкому сенсі, за Фукуямою, мораль і, відповідно, етика розглядаються як соціальний капітал, що визначає ступінь життєдіяльності суспільства.

Якщо брати філософський аспект, то етика — це вимірювання першопричин моралі. А мораль — це регулювання відносин людей у суспільстві. Тому етику громадських організацій доцільно визначити як регулювання відносин людей у межах організації і поза нею. Етика організації складається з етичних цінностей та принципів, які організація пропагує та використовує в своїй діяльності.

За Майклом Джозефом (1988 р.) [30], основними етичними принципами є чесність, сумлінність, дотримання обіцянок, надійність, відкритість, турбота та повага до інших, громадянська відповідальність, прагнення досконалості, звітність.

Всесвітній рух за етичні засади громадських організацій розпочався відносно недавно — на початку XXI століття, коли діяльності громадських організацій почала приділятися пильна увага як з боку їхніх адептів, так і з боку критиків. Основним чинником цього став рівень довіри населення до третього сектору, який зазвичай набагато вищий, ніж до представників влади чи комерційного сектору. Сьогодні населення потребує етичних практик, а громадські організації, які слугують людям, стають провісником етичних засад тієї чи іншої діяльності.

На глобальному рівні існує Кодекс етики Всесвітньої Асоціації неурядових організацій, яка об'єднує велику кількість організацій у 170 країнах світу, серед них — 85 українських. Головними принципами Кодексу є відповідальність, співробітництво через кордони, права людини і гідність, релігійна свобода, прозорість і підзвітність, чесність і законність. Ще одна всесвітня ініціатива, що заслуговує на увагу, це Хартія відповідальності організацій некомерційного сектору, що була підписана 6 червня 2006 р. 11 провідними міжнародними неурядовими організаціями, серед яких — Action Aid International, CIVICUS,

Грінпіс, Міжнародний Альянс „Врятуйте дітей”, „Міжнародна Амністія”, Оксфам. Хартія стала відповіддю на очікування суспільства щодо діяльності громадських організацій. Метою документа є встановлення єдиних стандартів підзвітності та розробка спільних етичних норм. Організації-підписанти вважають, що подібна практика допоможе посилити довіру суспільства до діяльності громадських організацій і стабілізувати системи підзвітності. У своїй Хартії організації приділяють увагу таким чинникам: принципам діяльності (повага до всесвітніх прав, незалежність, відповідальне ставлення до відстоювання прав, ефективність програм, відсутність дискримінації), відкритості (ведення звітності, аудит, точність інформації, ефективність управління), етичним основам зі збору коштів (пожертвування, посередники, професійне управління, фінансове управління, процедури оцінки, публічна критика, партнери), кадровій політиці (хабарі та корупція, статеве недоторканність).

В Україні лідером розвитку етики громадського сектору є ініціатива UCAN („Мережа громадянської дії”), започаткована в 2003 р. В рамках ініціативи була прийнята Декларація етичних засад діяльності організацій громадянського суспільства України (див. додаток 10), йде обговорення кодексу етики. Принципами Декларації, яку підписали понад сто громадських організацій України, є: демократичне управління та участь у процесі прийняття і впровадження рішень, відкритість та прозорість, відповідальність, співробітництво та рівноправне партнерство.

Провідні громадські організації мають власний кодекс етики, тобто принципи та цінності, якими вони послуговуються в своїй діяльності. Прикладом можуть бути Грінпіс, Всесвітній фонд охорони природи. Одним із головних принципів реформування Організації Об’єднаних Націй є створення офісу з етики.

Сьогодні важливо не лише задекларувати етичні засади своєї організації, а й практикувати їх. Для цього потрібно:

- визначити цінності своєї організації;
- ввести корпоративну культуру (норми та цінності організації, які розділяють і практикують усі співробітники, кодекс відносин у колективі. Як приклад громадської організації в Україні зі своєю корпоративною культурою можна назвати Національну скаутську організацію України „Пласт”);
- мати доведені практикою партнерські відносини з іншими організаціями;

- вести чесну й порядну діяльність;
- публікувати звіти про свою діяльність. В Україні так роблять лише окремі громадські організації та фонди (Фонд „Україна 3000”, Донецький фонд „Доброта” тощо).

З розвитком соціальної відповідальності бізнесу у громадських організацій виникає новий партнер — представники комерційних бізнес-структур. Характерно, що саме бізнес найбільше довіряє громадським організаціям, а найменше органам влади (державним службовцям). Співпрацювати з бізнесом — означає розмовляти з ним однією мовою. Саме цим можна пояснити факт зростання кількості громадських організацій, які долучаються до Глобальної Угоди — ініціативи ООН із соціальної відповідальності бізнесу, що складається з 10 принципів. Серед основних принципів — права людини, трудові відносини, навколишнє середовище, боротьба з корупцією. Незважаючи на те, що ця ініціатива на початку стосувалася безпосередньо бізнесу, сьогодні її підписують дедалі більше громадських організацій. Наприклад, серед українських підписантів — 30% громадських організацій.

Підсумовуючи вищесказане, слід зазначити, що етичні засади громадської організації є важливим інструментом створення репутації організації, корпоративної культури, ставлення до громадських організацій з боку партнерів та суспільства в цілому, адже саме для суспільства і працюють громадські організації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Батенко Л. П., Загородніх О. А., Ліщинська В. В. Управління проектами: навчальний посібник. — К.:КНЕУ, 2003. — 231 с.
2. Бушуев С. Д, Морозов В. В. Динамическое лидерство в управлении проектами: / Українська асоціація управління проектами. - 2-е вид. - К., 2000. - 312с.
3. Голіченко О. Механізми впливу недержавних організацій на державні структури// <http://www.spa.ukma.kiev.ua/article.php?story=200405131221246-01>
4. Довідник донорських організацій та благодійних програм, що підпримують діяльність неурядових організацій в Україні. — К.: ТЦК, 2002. — 128 с.
5. Долгов І. Керівництво з питань проектного менеджменту:Пер. с англ. / Під ред. С.Д. Бушуєва, 2-е видання, перероб. - К.: „Ділова Україна”, 2000. - 198с.

6. Євгенєва А. Законодавче регулювання лобістської діяльності // Ча-
сопис Парламент 1/2004 // [www.parlament.org.ua/index.php?action=magazine&
id=9&ar_id=400&iar_id=523&as=2](http://www.parlament.org.ua/index.php?action=magazine&id=9&ar_id=400&iar_id=523&as=2).

7. Засади публічної політики для громадських організацій. Практичні
рекомендації щодо організації робіт / Гнат В.М., Гуменюк В.А., Нікітін О.В.,
М.В.Сунгуровський. — За ред. В.М.Гната. — К.: Оптима, 2004. — 208 с.

8. Ильин Н. И., Лукшанова И. Г., Мешчин А. Г. и др. Управление про-
ектами. — СПб.: Два-Три, 1996. — 610 с.

9. Как просить деньги на некоммерческие проекты у благотворитель-
ных фондов / Под ред. Д.А.Даушева, Е.А.Симонова. - М., 1994. — 190 с.

10. Кіндрацька Г.І. Основи стратегічного менеджменту: Навч. посібник.
— Львів: Кінпатрі ЛТД, 2000. — 264 с.

11. Командний підхід до залучення фінансування // Електронний бю-
летень „Ключ до фінансування від ТЦК”, випуск 1 (13), вересень 2003 р.//
www.

12. Кузьмінський В.О. Управління неприбутковою організацією. — К.:
Логос, 2006. — 170 с.

13. Куліш А. Public Relations для громадських організацій. Практичні
поради на щодень. — К.: Український освітній центр реформ „Вінрок Інтер-
нешнл”, 2003. — 127 с.

14. Методичні рекомендації щодо розробки та впровадження молодіж-
ними громадськими організаціями соціальних проектів. Рукопис. — Держав-
ний інститут розвитку сім’ї та молоді, 2004. — 50 с.

15. Науковий супровід, моніторинг та оцінка ефективності соціальних
проектів / О. О. Яременко, О. Р. Артюх,

О. М. Балакірєва та ін. — К.: ДЦССМ, ДІПСМ, 2002. — 123 с.

16. Основы стратегического планирования работы общественных ор-
ганизаций / Донецька міська громадська організація „Альянс” // [http://alliance.
euromb.com/src/strat.df](http://alliance.euromb.com/src/strat.df)

17. Про становище молоді в Україні (щодо підтримки молоді сім’ї, по-
силення соціального захисту дітей та молоді у 2001-2006 рр.): щорічна допо-
відь Президентів України, Верховній Раді України / Т.В.Безулік, А.І.Білий,
Є.І.Бородін та ін. — К.: Гопак, 2006. — 360 с.

18. Решке Х., Шелле Х. Мир управления проектами. — М.: Альянс, 1994.
— 304 с.

19. Рутковская М. PR-технологии в привлечении инвестиций. Спонсо-
ринг и фандрайзинг// www.pressclub.host.ru/techn_sl.htm

20. Скотт М. Катлип, Аллен Х.Сентер, Глен М.Брум. — Паблик Рилейшинз: теория и практика. — М., С-П., К.: Вільямс., 2001. — 614 с.
21. Словник-довідник з питань управління проектами / Бушуєв С.Д. Українська асоціація управління проектами. - К.: “Ділова Україна”, 2001. — 640 с.
22. Соловьев А. Процесс рождения новых профессий: социальная работа в США, Великобритании и России // Взаимосвязь социальной работы и социальной политики. — М., 1997. —С. 105 — 121.
23. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю (PR) для організацій третього сектору. Методичний посібник / За ред. В. Г. Королька. — К., 2003. — 216 с.
24. Тянь Р. Б.,Холод Б. І., Ткаченко В. А. Управління проектами: Підручник. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 224 с.
25. Введение в проектный менеджмент.// http://big.spb.ru/publications/other/restruct/vvedenie_v_project_meneg.shtml
26. Долгов И. Управление проектами // http://big.spb.ru/publications/other/restruct/project_manage.shtml
27. Траймбл Дэйв. Как измерить успех: секреты эффективных измерений. // http://big.spb.ru/publications/other/restruct/how_to_measure_success.shtml
28. Турчин Станислав. Как управляют проектами // http://big.spb.ru/publications/other/restruct/how_project_manage.shtml
29. Федин Марк. Управление проектами. // http://big.spb.ru/publication/other/restruct/upravlenie_proectami.shtml
30. <http://uspishnaukraina.com.ua/uk/news/761.html> - 88
31. <http://www.highperformanceethics.com>

ДОДАТКИ

Додаток 1

Зразок

Статут молодіжної громадської організації „Молодь Києва”

1. Загальні положення

1.1. Молодіжна громадська організація „Молодь Києва” (далі – МГО) є місцевою молодіжною громадською організацією, що об’єднує громадян на засадах добровільності, рівності її членів, самоврядування, законності та гласності.

1.2. Діяльність МГО здійснюється відповідно до Конституції України, Закону України „Про об’єднання громадян”, Закону України “Про молодіжні та дитячі громадські організації”, чинного законодавства України та цього Статуту.

1.3. Діяльність організації поширюється на всю територію міста Київ та проводиться у межах співпраці з установами, організаціями всіх форм власності, з державними, громадськими, політичними організаціями, фондами, а також міжнародними громадськими організаціями.

1.4. МГО є юридичною особою з моменту його державної реєстрації, має самостійний баланс та рахунки в банківських установах (в т. ч. валютні рахунки), бланки, штампи, печатки, власну символіку, та іншу атрибутику. Зразки символіки затверджуються радою МГО і реєструються у встановленому законом порядку.

1.5. МГО виступає учасником цивільно-правових відносин, може бути позивачем та відповідачем у суді, третейському суді, набувати майнові та немайнові права, укладати угоди від свого імені, мати інші повноваження та стосунки згідно з чинним цивільним законодавством України.

1.6. Основним принципом керівництва МГО є колегіальність прийняття рішень з персональною відповідальністю за їх виконання. Вибори керівних органів МГО здійснюється за рішенням засідань загальних зборів відкритим або закритим (таємним) голосуванням.

1.7. МГО має право представляти своїх членів у всіх державних органах, підприємствах, установах, організаціях як на території України, так і за її межами.

1.8. МГО має право приймати будь-які рішення, необхідні для здійснення ним діяльності, що не суперечить чинному законодавству України та цьому Статуту.

1.9. Повна назва МГО: молодіжна громадська організація „Молодь Києва”. Скорочена назва МГО: МК.

1.10. Юридична адреса МГО: м. Київ, вул. Київська, буд. 125, офіс. 217.

2. Мета і завдання МГО

2.1. Метою діяльності МГО є: задоволення та захист законних соціальних, економічних, творчих, вікових, спортивних та інших спільних інтересів своїх членів.

2.2. МГО ставить перед собою такі завдання:

- сприяння захисту законних соціальних, екологічних та інших інтересів молоді;
- забезпечення умов для освітнього розвитку особистості, підвищення культурного рівня та естетичного виховання, правової освіти молоді.

2.3. Для досягнення поставленої мети та завдань, МГО в установленому законом порядку здійснює таку діяльність:

- бере участь у громадській діяльності, проводить масові заходи (збори, конкурси тощо);
- проводить семінари, лекції з питань діяльності МГО;
- розробляє та реалізовує комплексні програми та проекти, спрямовані на реалізацію своєї мети;
- отримує від органів державної влади та управління інформацію, необхідну для реалізації своєї мети;
- засновує засоби масової інформації;
- об'єднується у спілки та інші об'єднання, що створюються на добровільній основі;
- здійснює необхідну господарську та іншу комерційну діяльність шляхом створення госпрозрахункових установ і організацій із статусом юридичної особи, заснування підприємств.

3. Членство в МГО. Права і обов'язки членів МГО

3.1. Членами МГО можуть бути громадяни України віком від 14 до 35 років, які виявляють бажання своєю працею, знанням та участю справджувати мету і завдання МГО.

3.2. Особи старшого віку можуть бути членами МГО за умови, якщо їхня кількість в організації не перевищує третини загальної кількості членів МГО; у складі виборних органів МГО кількість таких осіб не може перевищувати третину членів виборних органів.

3.3. Прийом до членів МГО вирішується радою на підставі письмової заяви.

3.4. Членство в МГО припиняється:

- за власним бажанням члена МГО на підставі поданої заяви;
- за грубе систематичне порушення Статуту, громадської дисципліни за рішенням ради МГО;
- у випадку ліквідації організації.

3.5 Кожен член МГО має право:

- брати участь у діяльності МГО, бути обраним до керівних органів, вносити пропозиції щодо поліпшення діяльності МГО;
- на захист своїх законних інтересів з боку МГО;
- вийти з членів МГО за власним бажанням.

3.6. Член МГО зобов'язаний:

- дотримуватись вимог Статуту, виконувати рішення керівних органів МГО;
- виконувати свої обов'язки перед МГО пов'язані з діяльністю останнього;
- сумлінно виконувати доручення керівних органів МГО;
- дбати про авторитет МГО і про її зростання.

4. Структура та керівні органи організації

4.1. Статутними органами МГО є:

- загальні збори;
- рада;
- ревізійна комісія.

4.2. Вищим органом управління МГО є загальні збори.

4.3. Загальні бори скликаються радою організації не рідше одного разу на три роки. В разі необхідності за рішенням ради та ревізійної комісії можуть бути скликані позачергові збори.

4.4. Загальні збори МГО.

- затверджують Статут МГО;
- вносять зміни і доповнення до Статуту МГО;
- визначають основні перспективні напрями діяльності МГО;
- приймають регламент роботи загальних зборів;
- реалізують право власності на майно та кошти МГО;
- обирають голову МГО та заступників голови МГО;
- обирають та відкликають членів ради та ревізійної комісії МГО, затверджують їхній кількісний склад;
- затверджують звіти ради та ревізійної комісії МГО;
- приймають рішення про реорганізацію або ліквідацію МГО;
- приймають до розгляду вирішення інших питань діяльності МГО.

4.5. Загальні збори МГО є повноважними при наявності не менше 2/3 членів. Рішення загальних зборів приймаються простою більшістю голосів (більше половини) від присутніх на загальних зборах.

Рішення щодо програмних документів та Статуту МГО, доповнень та змін до них (а також в інших випадках, окремо зазначених у Статуті) приймаються кваліфікованою більшістю (не менше $\frac{3}{4}$) голосів присутніх на загальних зборах.

4.6. Рада МГО — керівний координуючий орган між зборами скликається головою МГО або на вимогу третини його членів у міру необхідності, не рідше одного разу на рік.

4.7. До складу ради МГО обирається не менше трьох членів МГО. До складу Ради в обов'язковому порядку входять:

- голова МГО;
- заступник голови МГО;
- інші члени МГО, обрані загальними зборами.

4.8. Засідання ради є правомочним, якщо на ньому присутні більше половини його членів, обраних загальними зборами. Рішення ради приймається, якщо за нього проголосувало більше половини присутніх на засіданні членів ради, крім випадків, обумовлених цим Статутом.

4.9. Рада МГО:

- затверджує кошторис та принципи використання коштів;
- затверджує зразки печатки, штампів та іншої атрибутики МГО;
- здійснює прийом до членів МГО та виключення із членів організації;
- розглядає питання поточної діяльності та ухвалює по них рішення;
- приймає рішення про створення, реорганізацію та ліквідацію підприємств, установ та організацій за участю організації, затверджує їхні статuti;
- вирішує інші питання діяльності МГО, окрім тих, що віднесені до виключної компетенції загальних зборів та ревізійної комісії.

4.10. Голова МГО:

- очолює раду МГО, скликає та проводить засідання ради МГО;
- представляє МГО у державних і громадських органах;
- підписує фінансові та інші документи МГО;
- формує штатний апарат МГО;
- відкриває рахунки в установах банків.

Припинення повноважень голови МГО можливе лише на підставі рішення загальних зборів.

4.11. Контроль за статутною діяльністю МГО здійснює ревізійна комісія, Кількість членів якої визначається загальними зборами. Ревізійна комісія зі свого складу обирає голову.

4.12. До функцій ревізійної комісії належать перевірка щорічного звіту та балансу МГО, а також інші питання, що пов'язані з контролем діяльності МГО.

4.13. Ревізійна комісія МГО:

- здійснює контроль статутної діяльності МГО;
- підзвітна загальним зборам МГО;
- розглядає внутрішньо-організаційні конфліктні ситуації, робить висновки, вносить свої рекомендації;

- вимагає від посадових осіб організації в разі необхідності подання їй усіх необхідних матеріалів, бухгалтерських та інших документів;
- направляє результати перевірки раді та загальним зборам МГО.

Засідання контрольно-ревізійної комісії правочинні, якщо на ній присутні більше половини членів. Рішення ревізійної комісії МГО вважаються прийнятими, якщо за них проголосувало більше половини її членів.

5. Майно і кошти МГО

5.1. МГО має власні кошти та майно.

5.2. Майно та кошти МГО утворюються за рахунок:

- коштів або майна, які надходять безоплатно або у вигляді безповоротної фінансової допомоги чи добровільних пожертввань;
- пасивних доходів (тобто доходів, отриманих у вигляді процентів, дивідендів, страхових виплат і відшкодувань, а також роялті);
- коштів або майна, які надходять МГО, від проведення його основної діяльності, з урахуванням положень підпункту 7.11.11 Закону України „Про оподаткування прибутку підприємств”;
- дотацій або субсидій, отриманих з державного або місцевого бюджетів, державних цільових фондів або у межах благодійної, у т.ч. гуманітарної допомоги чи технічної допомоги.

5.3. МГО є неприбутковою організацією. Кошти і майно МГО спрямовуються на фінансування та матеріальне забезпечення його статутної діяльності й не підлягають перерозподілу між членами МГО.

5.4. МГО, створені ним установи та організації ведуть оперативний та бухгалтерський облік, статистичну звітність, реєструються в органах державної податкової інспекції і вносять до бюджету платежі у порядку та розмірах, визначених чинним законодавством.

5.5. З метою виконання статутних завдань і цілей МГО може здійснювати необхідну господарську та іншу комерційну діяльність шляхом створення госпрозрахункових установ і організацій зі статусом

юридичної особи, засновувати підприємства в порядку, встановленому законодавством.

6. Облік і звітність

6.1. МГО веде облік результатів діяльності, оперативний, бухгалтерський облік та статистичну звітність.

6.2. Фінансовий рік встановлюється з 1 січня по 31 грудня включно.

6.3. Річний звіт МГО та баланс складається після закінчення фінансового року не пізніше, ніж встановлено чинним законодавством України.

6.4. МГО та його посадові особи несуть встановлену законодавством відповідальність за достовірність даних, що містяться у фінансовому звіті та балансі.

7. Порядок внесення змін та доповнень до Статуту МГО

7.1. Статут МГО, зміни та доповнення до нього затверджуються загальними зборами МГО.

7.2. Зміни, що сталися в статутних документах МГО, підлягають обов'язковій реєстрації у встановленому законодавством порядку.

8. Припинення діяльності МГО.

8.1. МГО може припинити свою діяльність шляхом реорганізації або ліквідації (саморозпуску, примусового розпуску).

8.2. Ліквідація здійснюється за рішенням загальних зборів МГО, за яке проголосувало більше $\frac{3}{4}$ присутніх на загальних зборах, суду або в інших випадках, передбачених чинним законодавством. Загальні збори МГО або орган, за рішенням якого ліквідується МГО, створює ліквідаційну комісію.

8.3. При ліквідації кошти та інше майно МГО не може перерозподілятися між її членами і використовуватись для виконання статутних завдань і передається іншим неприбутковим організаціям відповідного виду, а у випадках, передбачених законодавчими актами, за рішенням суду спрямовується в дохід держави.

8.4. Реорганізація МГО здійснюється за рішенням загальних зборів МГО. У разі реорганізації МГО його права і обов'язки переходять до правонаступників.

Головне управління
юстиції в м. Києві

Заява

Сидоренко Андрій Васильович, 1988 р.н., що проживає за адресою: м. Київ, вул. Павлова, буд. 165, кв. 235,

Коваленко Ірина Петрівна, 1989 р.н., що проживає за адресою: м. Київ, вул. Карпова, буд. 89, кв. 38,

Петренко Марина Степанівна, 1988 р.н., що проживає за адресою: м. Київ, вул. Шумахера, буд. 117, кв. 18,

подають установчі документи на реєстрацію молодіжної громадської організації „**Молодь Києва**”, діяльність якої розповсюджується на територію міста Києва.

Статут прийнятий Установчими зборами 10 травня 2007 року.

Головною метою діяльності організації є: задоволення та захист законних соціальних, економічних, творчих, вікових, спортивних та інших спільних інтересів своїх членів.

Постійно діючим керівним органом є рада, юридична адреса: м. Київ, вул. Київська, буд. 125, офіс. 217.

А.В. Сидоренко

(підпис)

І.П. Коваленко

(підпис)

М.С. Петренко

(підпис)

Протокол № 1
установчих зборів
молодіжної громадської організації
„Молодь Києва”

10 травня 2007 року
м. Київ

Присутні: А.В. Сидоренко, І.П. Коваленко, М.С. Петренко

Порядок денний:

1. Про створення молодіжної громадської організації „Молодь Києва”.
2. Про Статут організації.
3. Вибори керівних органів.

1. Слухали:

доповідь А.В.Сидоренко, який запропонував створити молодіжну громадську організацію „Молодь Києва” з метою задоволення та захисту соціальних, економічних, творчих, вікових, спортивних та інших спільних інтересів своїх членів.

Виступили:

всі присутні, які підтримали створення, молодіжної громадської організації.

2. Слухали:

доповідь І.П. Коваленко, яка запропонувала проект Статуту молодіжної громадської організації „Молодь Києва”.

3. Слухали:

- пропозиції щодо кандидатури голови молодіжної громадської організації „Молодь Києва”: запропоновано М.С. Петренко;
- пропозиції щодо заступника голови молодіжної громадської організації „Молодь Києва”: запропоновано І.П. Коваленко;

- пропозиції кандидатур до ради молодіжної громадської організації „Молодь Києва”: запропоновано М.С. Петренко, І.П. Коваленко, А.В. Сидоренком.

Постановили:

1. Створити молодіжну громадську організацію „Молодь Києва”.
2. Затвердити Статут молодіжної громадської організації „Молодь Києва”.
3. Обрати головою молодіжної громадської організації „Молодь Києва” М.С. Петренко;

Обрати заступником голови молодіжної громадської організації „Молодь Києва” І. П. Коваленко;

Обрати раду молодіжної громадської організації „Молодь Києва” у складі: М.С. Петренко, І.П. Коваленко, А.В. Сидоренко.

Голосували: „ЗА” – одноголосно.

Голова зборів

М.С. Петренко

Секретар

І.П. Коваленко

ВІДОМОСТІ

про склад керівництва центральних статутних органів громадської молодіжної організації
“Молодь Києва”

Загальна кількість — ____ осіб, з них до 28 (18) років ____ осіб

№ п/п	Прізвище, ім'я та по батькові	Дата народження	Місце роботи	Місце постійного проживання	Посада в організації
1.	Петренко Микола Степанович	15.05.1985р.	Посада та назва організації, установи, підприємства	м. Київ, вул. Руденко, буд. 28-А, кв. 5	голова організації, правління
2.	Коваленко Іван Петрович	03.10.1987р.	Студент (Назва ВНЗ)	м. Київ, вул. Жуковського, буд. 8/6, кв. 3	член правління
3.	Сидоренко Андрій Володимирович	02.11.1989р.	---/--	м. Київ, вул. С.Крушельницької, буд. 14, кв. 80	член правління
4.	Костючок Марина Анастоліївна	16.12.1988р.	---/--	м. Київ, вул. Московська, буд. 1, кв. 40	голова ревізійної комісії
5.	Жук Петро Григорович	10.05.1987р.	---/--	м. Київ, вул. Григоренка, буд. 4, кв. 86	член ревізійної комісії
6.	Пастушок Ірина Михайлівна	21.12.1986р.	---/--	м. Київ, вул., буд. 14, кв. 80	член ревізійної комісії

Голова організації

М.С. Петренко

ВІДОМОСТІ
про засновників молодіжної громадської організації
„Молодь Києва”

Загальна кількість – 10 осіб, з них до 28 (18) років – 7 осіб

№ п/п	Прізвище, ім'я та по батькові	Рік народження	Місце постійного проживання
1.	Петренко Микола Степанович	25.07.1986 р.	м. Київ, вул. Руденко, буд. 28-А, кв. 5
2.	Коваленко Іван Петрович	01.02.1985 р.	м. Київ, вул. Жуковського, буд. 8/6, кв. 3
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.	Сидоренко Андрій Володимирович	03.10.1988 р.	м. Київ, ул. С.Крушельницької, буд. 14, кв. 80

Голова організації

М.С. Петренко

Додаток 6

Зразок

**Начальнику Київського
міського управління юстиції
Супрунцю О. В.**

(Назва підприємства, установи, організації) гарантує надання приміщення за адресою м. Київ, вул. Жукова, 32 під місцезнаходження молодіжній громадській організації **“Молодь Києва”**.

Керівник *(назва підприємства,
установи, організації)*

П.М. Орлов

Додаток 7

Зразок

**Начальнику Київського
міського управління юстиції
Супрунцю О. В.**

Я, Горобець Олег Миколайович, не заперечую проти того, що за моєю домашньою адресою: м. Київ, вул. Весняна, 12 буде місцезнаходження молодіжної громадської організації **“Молодь Києва”**.

12.05.07р.

(Підпис)

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОГО МОДУЛЯ
„Формування здорового способу життя у молодіжному середовищі”
для лідерів молодіжних громадських організацій в Україні

Розроблені теми навчального модуля акцентують увагу на матеріалі, засвоєння якого дасть можливість лідерам молодіжних громадських організацій більш ефективно працювати з громадою, популяризуючи здоровий спосіб життя. Навчальний модуль враховує важливість молодіжної участі в реалізації соціальних проєктів, особливості роботи з волонтерами та громадою.

Тематика занять розроблена таким чином, що при необхідності їх можна вивчати самостійно.

Розрахована на керівників та лідерів молодіжних громадських організацій, лідерів студентського самоврядування, волонтерів, спеціалістів з соціальної роботи.

ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО ПРОГРАМУ

Програма навчального модуля „Формування здорового способу життя у молодіжному середовищі для лідерів молодіжних громадських організацій в Україні” **пропонує вивчення** методологічних основ формування здорового способу життя та практику їхнього впровадження, **передбачає розгляд** сучасних підходів до розуміння поняття «впровадження ЗСЖ на рівні місцевої громади серед різних категорій молоді», технологію впровадження соціальних проєктів та програм щодо ЗСЖ на різному рівні (місцевому чи регіональному), **знайомить** з особливостями діяльності різних типів молодіжних громадських організацій (у молодіжному, студентському чи учнівському середовищі), **визначає** роль та значення молодіжної участі, залучення волонтерів, **розкриває** модель роботи МГО та механізм їхньої взаємодії з державними установами, соціальними агенціями, міжнародними організаціями у процесі формування здорового способу життя молоді.

Програма модуля розрахована на 20 навчальних годин. Вона передбачає інтерактивну роботу — проведення семінарів та тренінгів. Розроблені теми акцентують увагу на матеріалі, засвоєння якого дасть можливість лідерам та волонтерам молодіжних громадських організацій

цій більш ефективно працювати з громадою, популяризуючи здоровий спосіб життя.

1. АКТУАЛЬНІСТЬ, МЕТА І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Робота в громаді на сучасному етапі – нове явище для України, яке відбувається у територіальних громадах та громадах за інтересами. Суть цього процесу полягає в колективному з'ясуванні прав, потреб та їх відповідності. Громада здатна не тільки фіксувати негативні тенденції, а й більш справедливо розподіляти соціальні ресурси, необхідні для поліпшення ситуації.

Оскільки українське суспільство визнає незадовільний стан здоров'я молоді, то саме формування механізму залучення молоді до діяльності, пов'язаної з формуванням здорового способу життя, може суттєво вплинути на вирішення такого складного питання.

Активізація молодих членів громади, делегування повноважень та надання необхідних знань дасть можливість молодим людям наповнити своє життя новим і цікавим змістом, пов'язаним із збереженням власного здоров'я, сприятиме формуванню позитивних навичок, коли стиль життя визначатиме формула «Здоровим бути модно, стильно і престижно».

Метою даного навчального модуля є ознайомлення лідерів молодіжних громадських організацій з методологічними основами формування здорового способу життя; з технологією впровадження соціальних програм та проєктів, спрямованих на поліпшення здоров'я; активізація молодіжної участі щодо ФЗСЖ та вивчення успішного практичного досвіду в Україні.

Основні завдання:

- висвітлити теоретичні основи ФЗСЖ у молодіжному середовищі, які необхідні для розробки та реалізації проєктів і програм формування здорового способу життя із залученням ресурсів громади;
- розглянути сучасні підходи до розуміння громади та роботи в ній;
- визначити технологію та модель роботи молодіжних громадських організацій щодо ФЗСЖ і показати їхній взаємозв'язок з діями державних органів та установ;

- розглянути специфіку діяльності громадських організацій щодо ФЗСЖ;
- проаналізувати практичний досвід і показати спільні ознаки, які притаманні різним проектам формування здорового способу життя (українські та зарубіжні приклади);
- сформувати необхідні навички та знання учасників у проведенні інформаційно-просвітницької роботи щодо ФЗСЖ у молодіжному середовищі.

Знання, вміння, навички за результатами навчання:

Навчальний модуль надасть можливість отримати знання та практичні навички щодо моделі формування здорового способу життя у молодіжному середовищі з урахуванням особливостей роботи в громаді, опираючись на існуючий досвід формування здорового способу життя: міжнародний та вітчизняний.

Молодіжні лідери оволодіють **вмінням** формувати здоровий спосіб життя молоді у громаді; використовувати різні стратегії співпраці партнерів у реалізації таких проектів, проводити пошук необхідних ресурсів і засобів впливу на громадську думку щодо розробки нових проектів та програм формування здорового способу життя молоді в Україні.

Контроль за результатами навчання: проведення тестування (або самоконтроль) по завершенні кожного модуля, підсумковий залік (у формі захисту програми, підготовленої для впровадження в конкретній громадській організації).

Програма навчального модуля „Формування здорового способу життя у молодіжному середовищі” **призначена** для молодіжних лідерів та волонтерів громадських організацій різного типу (дитячі, молодіжні та студентські).

Дана програма розрахована на **20 годин** (3 модулі) за такою структурою:

- інформаційні повідомлення – **2 год. 50 хв**;
- навчальні семінари – **5 год. 40 хв**;
- тренінги – **10 год**;
- круглий стіл (підведення підсумків навчання) – **1 год. 30 хв**.

З урахуванням специфіки аудиторії навчальна програма **має додатковий розділ** «Інформаційні та навчальні матеріали щодо ФЗСЖ для самостійного вивчення», а також містить додатки та інструментарій, необхідний для проведення оцінювання набутих знань і навичок.

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

	Назва модулів і тем до розгляду	Види занять і кількість необхідного часу (у хвилинах)			
		*Ін./пов.	**Нав./ сем.	***Тр.	****Кр/ с
Модуль І	Основи формування здорового способу життя у молодіжному середовищі				
Частина 1	Сучасний погляд на здоров'я та здоровий спосіб життя	30			
Частина 2	Основні складові здорового способу життя		30		
Частина 3	Новітні підходи до формування навичок здорового способу життя	10	20		
Модуль ІІ	Молодіжна участь як головна складова діяльності у формуванні здорового способу життя				
Частина 1	Основні види та форми участі молоді у формуванні здорового способу життя	30		60	
Частина 2	Методологія розробки та впровадження соціальних проєктів у ФЗСЖ (з досвіду роботи МЗЗ–2)	25	65		
Частина 3	Технологія реалізації проєктів за принципом молодіжної участі	10	20		
Модуль ІІІ	Сучасні підходи до розуміння громади та роботи в ній щодо ФЗСЖ				
Частина 1	Уявлення про громаду та роботу в ній щодо ФЗСЖ	15	45		

	Назва модулів і тем до розгляду	Види занять і кількість необхідного часу (у хвиликах)			
		*Ін./пов.	**Нав./ сем.	***Тр.	****Кр/ с
Частина 2	Методи інтерактивного навчання з метою формування ЗСЖ		90		
Частина 3	Формування лідерських навичок	30		240	
Частина 4	Волонтерство як головна складова роботи громадських організацій щодо популяризації ЗСЖ у молодіжному середовищі	20	70	300	
Інформаційні та навчальні матеріали для самостійного вивчення	Практичний аспект популяризації ЗСЖ у молодіжному середовищі				
Підсумкове заняття	Презентація та захист власного проекту чи програми щодо ФЗСЖ у молодіжному середовищі				90
Всього		170	340	600	90
З них годин	20 .	2 г. 50 хв.	5 г. 40 хв.	10 г.	1 г. 30 хв.

Умовні позначення: *Ін./пов. — інформаційне повідомлення; **Нав./сем. — навчальний семінар; ***Тр. — тренінг; ****Кр/ст. — круглий стіл

III. ЗМІСТ ПРОГРАМИ

<p style="text-align: center;">Модуль 1 Основи формування здорового способу життя у молодіжному середовищі</p>
<p>Частина 1. Сучасний погляд на здоров'я та здоровий спосіб життя <i>Питання для обговорення:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Сучасний погляд на здоров'я та формування здорового способу життя.2. Особливості ситуації щодо стану громадського здоров'я в Україні.3. Світовий досвід щодо поліпшення громадського здоров'я.4. Питання для самоконтролю (можна використати для проведення тестування).
<p>Частина 2. Основні складові здорового способу життя <i>Питання для обговорення:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Складові здоров'я.2. Основні віхи новітньої історії формування здорового способу життя та політика здоров'я, прийнята світовою спільнотою.3. Історія розвитку формування здорового способу життя.4. Питання для самоконтролю (можна використати для проведення тестування).
<p>Частина 3. Новітні підходи до формування навичок здорового способу життя <i>План заняття:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Типи соціальних моделей роботи, які використовуються у молодіжних проєктах щодо ФЗСЖ.2. Формування здорового способу життя як сучасний підхід до збереження здоров'я3. Питання для самоконтролю (можна використати для проведення тестування).

Основні поняття: громадське здоров'я, ЗСЖ, ФЗСЖ, Оттавська хартія, соціальне середовище, ризики здоров'я, типи соціальних моделей роботи щодо ЗСЖ, складові здоров'я.

Необхідний інформаційний матеріал надано безпосередньо до кожної частини модуля.

Додаткова література: 1, 7, 8, 11, 13, 22, 24, 25, 39, 40, 42.

<p style="text-align: center;">Модуль II</p> <p style="text-align: center;">Молодіжна участь як головна складова діяльності у формуванні здорового способу життя</p>
<p>Частина 1. Основні види та форми участі молоді у формуванні здорового способу життя</p> <p><i>План заняття:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сучасний підхід до принципу молодіжної участі. 2. Ключові елементи організації тренінгу. 3. Тренінг «Основні форми участі молоді у формуванні здорового способу життя». 4. Тренінг «Молодіжна участь у реалізації проєктів щодо ЗСЖ» (рекомендується у випадку, коли є потреба у проведенні тривалого навчання). 5. Питання для самоконтролю (можна використати для проведення тестування).
<p>Частина 2. Методологія розробки та впровадження соціальних проєктів щодо ФЗСЖ (з досвіду роботи МЗЗ–2)</p> <p><i>План заняття:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пошуково-дослідницька діяльність молоді за цільовою програмою. 2. Основні етапи розробки та практичної реалізації соціального проєкту. 3. Організація взаємодії з різними установами/організаціями. 4. Роль та функції керівника МГО. Управлінські помилки та можливі шляхи їх вирішення. 5. Навчання та підвищення кваліфікації членів організації. Атестація. 6. Організація роботи команди фахівців. 7. Організація процесу моніторингу й оцінки діяльності організації. 8. Питання для самоконтролю (можна використати для проведення тестування).
<p>Частина 3. Технологія реалізації проєктів за принципом молодіжної участі</p> <p><i>План заняття:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Позитивний вплив проєктів щодо ЗСЖ на розвиток молоді та стан її здоров'я. 2. Технологія реалізації проєктів за принципом молодіжної участі. 3. Питання для самоконтролю.

Основні поняття: пошуково-дослідницька діяльність, етапи розробки соціального проєкту, роль та функції керівника МГО, процес моніторингу та оцінювання, технологія реалізації проєктів.

Необхідний інформаційний матеріал надано безпосередньо до кожної частини модуля.

Додаткова література: 3, 10, 14, 15, 16, 18, 20, 23, 32, 37, 38, 41.

<p align="center">Модуль III</p> <p align="center">Сучасні підходи до розуміння громади та роботи в ній щодо ФЗСЖ</p>
<p>Частина 1. Уявлення про громаду та роботу в ній щодо ФЗСЖ</p> <p><i>План заняття:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Організація зусиль місцевої громади та громадських організацій щодо ФЗСЖ у молодіжному середовищі. 2. Модель організації роботи місцевої громади щодо ФЗСЖ. 3. Визначення понять «громада», «розвиток громади» та ознайомлення з її ресурсами: <ul style="list-style-type: none"> • поняття “громада” та “розвиток громади”; • типи громад; • ресурси громади; • догляд у громаді. 4. Питання для самоконтролю (можна використати для проведення тестування).
<p>Частина 2. Методи інтерактивного навчання з метою формування ЗСЖ</p> <p><i>План заняття:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методи інтерактивного навчання як необхідна складова успішної роботи щодо ФЗСЖ у молодіжному середовищі. 2. Питання для самоконтролю (можна використати для проведення тестування).
<p>Частина 3. Формування лідерських навичок</p> <p><i>План заняття:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення ролі молодіжних лідерів щодо ФЗСЖ у місцевій громаді. 2. Механізми залучення громади до процесу прийняття державно-управлінських рішень. 3. Характеристика процесу прийняття державно-управлінських рішень. 4. Тренінг «Формування лідерських навичок щодо пропагування ЗСЖ у молодіжному середовищі». 5. Питання для самоконтролю (можна використати для проведення тестування).
<p>Частина 4. Волонтерство як головна складова роботи громадських організацій щодо популяризації ЗСЖ у молодіжному середовищі</p> <p><i>План заняття:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Довідкова інформація для лідерів молодіжних громадських організацій щодо волонтерства. 2. Особливості впровадження волонтерських програм у сільській громаді (з досвіду роботи українсько-канадського проекту «Молодь за здоров’я–2». 3. Навчальна волонтерська програма для молоді „Мала волонтерська академія”. 4. Тренінг «Технологія залучення молоді до волонтерського руху». 5. Питання для самоконтролю (можна використати для проведення тестування).

Основні поняття: місцева громада, громадські організації, ресурси громади, методи інтерактивного навчання, прийняття державно-управлінських рішень, лідерство, волонтерський рух, волонтери.

Необхідний інформаційний матеріал надано безпосередньо до кожної частини модуля.

Додаткова література: 4, 17, 19, 26, 28, 29, 33, 35, 36.

ЛІТЕРАТУРА ДО ПРОГРАМИ

1. Аспекти здоров'я / *О.В.Вакуленко, О.О.Стойка, Л.П. Шнаренко*.— К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді, 2002.— Кн..3.— 27 с.— (Сер. “Соціальний супровід неповнолітніх”. У 3 кн.).
2. *Балакірева О.М., Яременко О.О.* Рівень розповсюдження та структура вживання алкоголю та інших наркотичних речовин серед підлітків в Україні: соціологічний вимір.— К.: НФВ “Студцентр/НІКА-Центр”, 1998.— 144 с.
3. *Вайс, Керол Г.* Оцінювання: методи дослідження програм та політики. — К.: Основи, 2000. — 671 с.
4. Волонтерський рух в Україні: тенденції розвитку / Кер. авт. кол.: *Комарова Н.М.; Капська А.Й., Яременко О.О.* та ін., — К.: Академпрес, 1999.— 112 с.
5. *Главник О. П.* Як допомогти дітям і молоді у збереженні психічного здоров'я. — К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2005. — Кн.. 8. — 116 с. — (Сер. „Формування здорового способу життя молоді”. У 14 кн.).
6. Динаміка поширення тютюнопаління, вживання алкоголю та наркотичних речовин серед учнівської молоді України: 1995, 1999, 2003 роки / *О. М. Балакірева* (кер. авт. кол.), *О. О. Яременко, О. Р. Артюх* та ін. — К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді, 2003. — 174 с.
7. Здоров'я та поведінкові орієнтації української молоді: соціологічний вимір (за результатами національного соціологічного опитування підлітків та молоді 10–22 років. — К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2005. — Кн.. 14. — 256 с. — (Сер. „Формування здорового способу життя молоді”. У 14 кн.).
8. Здоровье-21: Основы политики достижения здоровья для всех в Европейском регионе ВОЗ: Введение // Европейская серия по достижению здоровья для всех. — 1998. №5. — Копенгаген.: ВОЗ (ЕРБ).
9. Значення раціонального харчування для підтримки здоров'я молоді / *О. В. Кузьмінська, М. С. Червона* — К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2004. — Кн. 4. — 128 с. — (Сер. „Формування здорового способу життя молоді”. У 14 кн.).
10. Зимівець Н.В. Навчання ровесників ровесниками — інноваційна навчально-виховна технологія//Практична психологія та соціальна робота. — № 4. — 2001. — С.17–20.
11. *Лисицын Ю.П., Сахно А.В.* Здоровье человека — социальная ценность. — М.: Мысль, 1989. — 272 с.
12. *Лищук В.А., Мосткова Е.В.* Технология повышения личного здоро-

в'язь /Под ред. Покровского В.И. — М.: Медицина, 1999. — 320 с.

13. *Лалонд М.*, Новий погляд на стан здоров'я канадців. — Оттава: Мін-во охорони здоров'я і добробуту Канади, 1974.

14. Методичні рекомендації щодо гендерних особливостей формування здорового способу життя молоді (для фахівців)/ Уклад. *Ю. М. Галустьян*. — К.: Укр. ін-т соц. дослід., 2005. — 28 с.

15. Методологія та технологія виміру рівня поширення тютюнопаління, вживання алкоголю та наркотичних речовин серед учнівської молоді України: на прикладі Європейського опитування учнівської молоді (ESPAD) у 1995, 1999, 2003 роках / Упоряд. та заг. ред. *О. М. Балакіревої та О. О. Яременка*. — К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді, 2003. — 116 с. (Бібліотечка для слухачів курсів підвищення кваліфікації працівників галузі Державного комітету України у справах сім'ї та молоді).

16. Моніторинг і оцінка діяльності з формування здорового способу життя/ *О. М. Балакірева, О. О. Яременко, Р. Я. Левін* та ін. — К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2005. — Кн. 11. — 152 с. — (Сер. „Формування здорового способу життя молоді”. У 14 кн.).

17. Навчання здоровому способу життя на засадах розвитку навичок через систему шкільної освіти: оцінка ситуації / *О. М. Балакірева* (кер. авт. кол.), *Л. С. Ващенко, О. Т. Сакович* та ін. — К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді, 2004. — 108 с.

18. Науковий супровід, моніторинг та оцінка ефективності соціальних проєктів/ *О.О.Яременко, О.М.Балакірева* та ін.— К.: Державний центр соціальних служб для молоді; Державний ін-т проблем сім'ї та молоді, 2002.— 123 с.

19. Освітні програми формування здорового способу життя молоді. — К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2005. — Кн.. 5. — 120 с. — (Сер. „Формування здорового способу життя молоді”. У 14 кн.).

20. Організація відпочинку та оздоровлення дітей в Україні: 36. нормативних документів та ін. інформаційно-методичних матеріалів.— К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді, 2003.— 170 с.

21. Особливості сексуальної поведінки та орієнтацій неповнолітніх / *О.М.Балакірева, Т.В.Бондар, М.Ю. Варбан, О.О.Яременко*.— К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді, 2002. — Вип.2.— 38 с.— (Серія: Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді. У 3 вип.)

22. Открытая концепция здоровья /*Автомонов Ю.Г., Котова А.Б., Белов В.М., Гриценко В.И., Козак Л.М., Пустовойт О.Г., Гонтарь Т.М., Комедантов А.О.* — К., 1993. — 27 с.

23. Оцінка ефективності програми “Здоров'я та розвиток молоді” 1997

— 2001 / *О.О.Яременко, О.Р.Артюх, О.М.Балакірева* та ін. — К.: Представництво дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ) в Україні, Український ін-т соціальних досліджень, 2002.— 96 с.

24. Охорона здоров'я в Україні: проблеми та перспективи/Заг. Ред. *В.М.Пономаренко*. — Тернопіль: Укрмедкнига. — 1999. — 68 с.

25. *Піндер Л.* Новий погляд на структуру: Вивчення становища щодо розвитку політики пропагування здоров'я в Канаді // Пропагування здоров'я: — Т. 3, №2. 1988. — С. 205—212. Вид-во Оксфорд. ун-ту.

26. *Перепелиця М.П.* Державна молодіжна політика в Україні (регіональний аспект). — К.: Український ін-т соціальних досліджень. Український центр політичного менеджменту, 2001. — 242 с.

27. Подход жизненных ситуаций в профилактике табачных проблем // Под ред. *Т.И.Андреевой и К.С.Красовского*. — Киев, 2000. Часть 1. Руководство ведущего. — 140 с.

28. Роль засобів масової інформації та інших джерел у формуванні здорового способу життя молоді / *Яременко О.* (кер.), *Балакірева О., Вакуленко О.* та ін., — К.: УІСД, 2000.— 111 с.

29. Роль сім'ї у формуванні здорового способу життя дітей та молоді / *О. О. Яременко* (кер. авт. кол.), *О. М. Балакірева, Г. В. Беленька* та ін. — К.: Держ. ін-т проблем сім'ї та молоді, 2005. — 192 с. — (Сер. “Бібліотечка слухача курсів підвищення кваліфікації Міністерства України у справах сім'ї, молоді та спорту”)

30. Соціальне оточення та самопочуття підлітків / *О. Балакірева* (кер. авт. кол.), *О. Артюх, О. Петрунько, О. Яременко*. — К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді, 2002. — Вип. 1.— (Серія: Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді. У 3 вип.)

31. *Сущенко Л.П.* Соціальні технології культивування здорового способу життя людини. — Запоріжжя: ЗДУ, 1999. — 308 с.

32. Технологія проведення тренінгів з формування здорового способу життя молоді / *Г. М. Бевз, О. П. Главник*. — К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2004. — Кн. 1. — 176 с. — (Сер. „Формування здорового способу життя молоді”. У 14 кн.).

33. Третій сектор в Україні: проблеми становлення / *М.Ф.Шевченко, В.А. Головенько, Ю.М. Галустьян* та ін., К.: УІСД, 2001.— 173 с.

34. Тютюн, алкоголь, наркотики в молодіжному середовищі: вживання, залежність, ефективна профілактика / *О. О. Яременко* (кер. авт. кол.), *О. М. Балакірева, О. О. Стойко* та ін. — К.: Державний ін-т проблем сім'ї та молоді, Український ін-т соціальних досліджень, 2004. — Кн. 7. — 196 с. — (Сер.

„Формування здорового способу життя молоді”. У 14 кн.).

35. Фізична культура як невідмінна складова формування здорового способу життя молоді/ *О. О. Яременко* (кер. авт. кол.), *О. Д. Дубогай, Р. Я. Левін, Л. В. Буцька*. — К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2005. — Кн. 6. — 124 с. — (Сер. „Формування здорового способу життя молоді”. У 14 кн.).

36. Формування здорового способу життя: Навч. посібн. для слухачів курсів підвищення кваліфікації державних службовців/ *О.Яременко, О.Вакуленко, Л.Жаліло, Н.Комарова* та ін. - К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2000. — 232 с.

37. Формування здорового способу життя молоді в Україні: національна модель „Молодь за здоров’я” / *П. Шати, О. Яременко, О. Балакірева* та ін. — К.: Укр. ін-т соц. дослідж., 2005. — 130 с.

38. Формування здорового способу життя української молоді: стан, проблеми та перспективи: Щорічна доповідь Президентіві України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні (за підсумками 2002 р.). — К.: Державний ін-т проблем сім’ї та молоді, 2003. — 250 с.

39. Формування здорового способу життя молоді: стратегія розвитку українського суспільства. Частина 1 / *О. О. Яременко* (кер. авт. кол.), *О. В. Вакуленко, Ю. М. Галустян* та ін. — К.: Держ. ін-т проблем сім’ї та молоді, 2005. — 160 с. — (Сер. “Бібліотечка слухача курсів підвищення кваліфікації Міністерства України у справах сім’ї, молоді та спорту”).

40. Формування здорового способу життя молоді: стратегія розвитку українського суспільства. Частина 2 / *О. О. Яременко* (кер. авт. кол.), *О. В. Вакуленко, Н. М. Комарова* та ін. — К.: Держ. ін-т проблем сім’ї та молоді, 2005. — 212 с. — (Сер. “Бібліотечка слухача курсів підвищення кваліфікації Мін-ва України у справах сім’ї, молоді та спорту”).

41. Формування здорового способу життя: активна участь молоді / *Н. М. Комарова, А. Г. Зінченко, Д. М. Дікова-Фаворська* та ін. — К.: Держ. ін-т проблем сім’ї та молоді, 2005. — 88 с. — (Сер. “Бібліотечка слухача курсів підвищення кваліфікації Мін-ва у справах сім’ї, молоді та спорту”)

42. Устав Всемирной организации здравоохранения. — Женева, 1946.

Дата реєстрації заявки	
Реєстраційний номер	
Підпис відповідального секретаря комісії	

ЗАЯВКА

на участь у конкурсі проектів програм, розроблених
громадськими організаціями, стосовно дітей,
молоді, жінок та сім'ї

Назва та номер пункту загальнодержавної програми, на виконання якої розроблено проект	п.3. розділу III Загальнодержавної програми підтримки молоді на 2004 -2008 роки (закон України №1281-IV від 18.11.2003 р.
Соціальна проблема, на розв'язання якої спрямовано проекти програми (номер соціального пріоритету)	3. Формування здорового способу життя дітей та молоді
Назва громадської організації	„Молодь Києва”
До складу якої міжнародної організації або національної спілки входить громадська організація	-
Назва проекту програми	Конкурс дитячого малюнка “Наше здоров'я – багатство України”
Загальна сума кошторису витрат на здійснення проекту програми	10 869,5
Очікуване фінансування від Міністерства України у справах сім'ї, молоді та спорту (вказати ажану дату надходження коштів на рахунок організації-виконавця)	6 169,5
Терміни реалізації проекту програми	Вересень – грудень 2007 р.
Прізвище та ім'я керівника організації, адреса організації, телефон, факс, e-mail	Петренко М. С., м. Київ, вул. Київська, буд. 125, офіс. 217. тел.: 278-49-59
Прізвище, ім'я та посада в організації керівника проекту програми, адреса, телефон, факс, e-mail	Сидоренко А.В., м. Київ, вул. Київська, буд. 125, офіс. 217. тел.: 278-49-59

Підпис керівника організації _____ Дата _____
Печатка організації*

Програма: **Конкурс дитячого малюнка “Наше здоров’я – багатство України”**

Назва організації: **„Молодь Києва”**

1. **Анотація** Проект молодіжної громадської організації „Молодь Києва” „Конкурс дитячого малюнку „Наше здоров’я – багатство України” спрямований на сприяння формуванню здорового способу життя 60 дітей шкільного віку м.Києва засобами образотворчого мистецтва через залучення дітей до творчої діяльності в позашкільний час. Необхідність реалізації проекту обумовлена поширенням в дитячому та молодіжному середовищі тютюнопаління. В рамках реалізації проекту передбачається проведення тренінгів з питань формування здорового способу життя для дій-учасників конкурсу, конкурсу дитячого малюнку „Наше здоров’я – багатство України”. Видання та презентація альбому малюнків учасників конкурсу.

2. **Загальна інформація:** Молодіжна громадська організація „Молодь Києва” створена у травні 2007 р., свідоцтво № 432 від 30.05.2007 р. Організація створена з метою задоволення та захисту законних соціальних, економічних, творчих, вікових, спортивних та інших спільних інтересів своїх членів. Чисельність організації становить 1005 осіб. Керівний координуючим органом між зборами є Рада. Раду очолює Голова. Основними джерелами фінансування є: членські внески та гранти міжнародних організацій на виконання проектів. У червні 2007 року Організація провела захід до Дня захисту дітей, отримавши фінансову підтримку (9,0 тис. грн.) Київської міської державної адміністрації.

Протягом 2007 року Організація провела низку заходів і проектів, а саме: „Конкурс дитячого малюнку до Дня захисту дітей (1.06.2007 р., м.Київ), тренінги з питань формування здорового способу життя для учнів 6-7 класів загальноосвітніх шкіл № 34, 38 та 143 м.Києва.

3. Опис проекту програми

3.1. Назва загальнодержавної програми, на реалізацію якої спрямовується проект програми: п.3. розділу III Загальнодержавної програми підтримки молоді на 2004 -2008 роки (Закон України №1281-IV від 18.11.2003 р.).

3.2. Проблема, на вирішення якої спрямовано проект програми

Викликає серйозне занепокоєння надзвичайно швидке поширення у дитячому середовищі шкідливих звичок, особливо тютюнопаління. Так, за дослідженнями Державного інституту розвитку сім'ї та молоді вже до 18 років 82% юнаків та 72% дівчат мають досвід куріння. Ми переконані, що легше запобігти біді, ніж боротися з її наслідками. Для того, щоб бути здоровим, успішним у житті, створити здорову сім'ю, потрібно вистояти перед тютюновою спокусою.

Проте у дітей недостатньо добре спрацьовує принцип погляду у перспективу. Тобто, вони не здатні передбачити шкідливість та незворотність наслідків від тютюнопаління через брак або отримання недостатньої, інколи, спотвореної, інформації.

Проведення конкурсу сприятиме усуненню “білих плям” з цієї проблеми у дитячому середовищі, виявленню негативних наслідків від шкідливих звичок. Діти пересвідчуються, що не слід експериментувати на собі, скажуть шкідливим звичкам — „ні”. Адже ще античні філософи говорили: “Здоров’я — це ще не все, але все інше без нього — ніщо”.

3.3. Цільова група, на яку спрямовано проект програми:

60 дітей у віці 7-16 років. Гуртківці художньої студії Будинку дітей і молоді та філіалів студії в школах місту (по 20 дітей в кожній з трьох вікових груп).

3.4. Що було зроблено вашою організацією щодо теми проекту програми?

Організація вже має певний досвід роботи з пропаганди здорового способу життя (проведення конкурсів, підготовка інформаційних буклетів тощо), який висвітлювався на сторінках газет “Шкільний світ”, “Вечірній Київ” та досвід організації Конкурсу дитячого малюнку до Дня захисту дітей (м.Київ, 2007 р.).

3.5. Чому саме ваша організація береться за розв’язання зазначеної проблеми?

Організація має досвід реалізації проектів із пропаганди здорового способу життя дітей та молоді і підготовлені кадри (5 членів

організації є національними тренерами з формування та пропаганди здорового способу життя (сертифікати № 78-82 Державного інституту розвитку сім'ї та молоді, 2005 рік).

3.6. Мета проекту програми:

Пропаганда і сприяння формуванню здорового способу життя 60 дітей шкільного віку м. Києва засобами образотворчого мистецтва через залучення дітей до творчої діяльності в позашкільний час.

3.7. Завдання проекту програми:

1. Через участь у конкурсі сформувати у дітей необхідні знання щодо важливості ведення здорового способу життя.
2. Допомогти дітям під час роботи над створенням малюнків передати своє ставлення до шкідливих звичок, їхніх наслідків для здоров'я.
3. Сформувати негативне ставлення дітей до куріння, алкоголю, наркотиків, небезпечної поведінки, неправильного харчування через поширення дитячих малюнків у середовищі ровесників.
4. Видати альбом малюнків переможців конкурсу з подальшим його поширенням в дитячому середовищі.

3.8. Очікувані результати реалізації проекту програми:

Проведення конкурсу, урочисте підбиття його підсумків у присутності глядачів позитивно вплине на свідомість 60 дітей, їхні погляди й поведінку в середовищі однолітків.

Творча робота гуртківців сприятиме формуванню здорового способу життя як в учасників, так і в їхніх однолітків, що будуть ознайомлені з результатами конкурсу.

Видання художнього альбому дитячих малюнків нестиме знання про шкідливі звички, їхні наслідки, переваги здорового способу життя дітям віком від 7 до 16 років.

3.9. План реалізації проекту програми

Етапи реалізації	Опис заходів для здійснення етапу	Термін реалізації етапу	Результати здійснення етапу
1.	Вивчення рівня поінформованості дітей про шкідливі звички та їх наслідки	1-15 вересня 2007 р.	Гуртківці віком від 7 до 16 років

Продовження таблиці

Етапи реалізації	Опис заходів для здійснення етапу	Термін реалізації етапу	Результати здійснення етапу
3.	Проведення конкурсу дитячого малюнку “Наше здоров’я – багатство України”. 1. Тема для 1-ї вікової групи (7–10 років): “Бути здоровим – круто!”. 2. Тема для 2-ї вікової групи (11–14 років): “Врятуймо планету від цигаркового диму!” 3. Тема для 3-ї вікової групи (15–16 років): “Знати, щоб жити”	1 жовтня – 20 жовтня 2007 р.	Гуртківці віком від 7 до 16 років
4.	Випуск художнього альбому малюнків – учасників конкурсу	20 жовтня – 20 листопада 2007 р.	Члени художньої студії, керівники БДМ
5.	Презентація робіт у навчальних закладах, дитячій бібліотеці, краєзнавчому музеї, дитячому відділенні райлікарні	20–30 листопада 2007 р.	Школярі, батьки, вчителі
6.	Інформаційне висвітлення результатів Конкурсу	20 листопада – 15 грудня 2007 р.	Члени організації
7.	Підбиття підсумків конкурсу, нагородження переможців	1–5 грудня 2007 р.	Учасники конкурсу, учні міста, вчителі, батьки

3.10. Яка діяльність за проектом програми здійснюватиметься після закінчення державного фінансування?

Після закінчення проекту, організація передасть видані альбоми малюнків учасників конкурсу бібліотекам і школам міста. Діти – учасники конкурсу, отримувачи необхідних знань з питань здорового способу життя, будуть залучатися до волонтерських програм Організації зі здорового способу життя.

3.11 Як ваша організація інформуватиме громадськість про хід та результати виконання проекту програми?

Проведення конкурсу, його підсумок, нагородження переможців відбудеться в урочистій обстановці в присутності школярів, батьків, Учителів, працівників засобів масової інформації.

Випуск художнього альбому з дитячими малюнками дасть

можливість поширювати інформацію з питань здорового способу життя в міста Києва.

В міських газетах буде надруковано творчі роботи гуртківців на тему "Королівство шкідливих звичок" та матеріали про результати Конкурсу.

3.12. Які ще організації братимуть участь у реалізації проекту програми?

Художня студія Будинку дітей і молоді. м.Київ. вул. Січневого повстання, 5. Керівник — Бутко Н.М., тел. 255-87-92

Філія № 1 художньої студії в ЗШ № 58 м.Києва. м.Київ. вул. Ревуцького, 43. Керівник — Іванчук А.М., тел. 455-78-30

Філія № 2 художньої студії в ЗШ № 123 м.Києва. м.Київ. вул. Партизанська, 24 „А”. Керівник — Богдан І.І., тел. 465-21-13

3.13. Хто з працівників (членів) вашої організації безпосередньо братиме участь у реалізації проекту програми (прізвища, посади)? Яку кваліфікацію вони мають? Що конкретно кожен з них робитиме в межах плану реалізації проекту програми?

Сидоренко А.В. — загальна координація проектом, проведення тренінгів з питань здорового способу життя, національний тренер з формування здорового способу життя

Петренко С.Н. — організація і проведення конкурсу, презентація альбому малюнків учасників конкурсу, національний тренер з формування здорового способу життя

Василенко І.С. — проведення трененігів з питань здорового способу життя, участь в організації і проведенні конкурсу малюнків, національний тренер з формування здорового способу життя

Чубай С.М. - інформаційне висвітлення ходу реалізації програми. сертифікат національного тренера з формування здорового способу життя

Кононенко І.С. — вирішення організаційно-технічних питань реалізації проектом

Іваненко П.С. — фінансове супроводження проекту.

3.14. Яку частину коштів і з яких джерел очікується отримати?

Від Міністерства у справах сім’ї, молоді та спорту — 6169,5 грн.

Власний внесок організації — 600,00

Приватні пожертви — 4100,00

4. Кошторис витрат на реалізацію проекту програми

Назва статті витрат на реалізацію проекту програми	Розрахунок витрат	Сума коштів, яка очікується від Мінсім'ямо-льопорту	Сума коштів, яка залучатиметься з інших джерел	Власний внесок організації	Загальна сума коштів на реалізацію проекту програми
Оплата послуг залучених спеціалістів	-				
Нарахування	-				
Витрати на проїзд, проживання, харчування учасників заходу	-				
Відрядження	-				
Оренда місць проведення заходу	4 год x 150 грн./год			600	600
Транспортні послуги	-				
Оренда обладнання, оргтехніки	-				
Прокат костюмів, одягу	-				
Витрати на обслуговування і експлуатацію обладнання	-				
Художнє оформлення місць проведення заходу	-				
Послуги зв'язку	-				
Поліграфічні послуги: альбом дитячих малюнків переможців конкурсу (формат 70/100 Сторінок – 60 Папір крейдований Друк кольоровий)	1300 прим. x 7 грн./прим.	5000	4100		9 100
Інформаційні послуги	-				

Продовження таблиці

Назва статті витрат на реалізацію про-екту програми	Розрахунок витрат	Сума коштів, яка очікується від Мінсін'ямо-льдоспорту	Сума коштів, яка залучатиметься з інших джерел	Власний внесок організації	Загальна сума коштів на реалізацію проекту програми
Канцелярські витрати	2 шт. x 18 грн./шт..	36 42			239,50
папір	60 шт. x 0.70 грн./шт.	60			
ручки	60 шт. x 1 грн./шт.	9			
блокноти	6 шт. x 1.50 грн./шт.	40			
скотч	10 шт. x 4 грн./шт.	5			
папки-файли	10 шт. x 4 грн./шт.	3			
файли	50 шт. x 0.10 грн./шт..3	3			
скріпки	пачк. x 1 грн./пач.	5,50 6			
кнопки	3 пач. x 1 грн./пач.	30			
степлер	3 пач. x 1 грн./пач.				
клей	1 шт. x 5.50 грн./шт.				
маркер	3 шт. x 2 грн./шт.				
	30 шт. x 1 грн.шт.				
Призи:					270
заохочувальні	9 x 5 грн.	45			
за I місце	3 x 30 грн.	90			
за II місце	3 x 25 грн.	75			
за III місце	3 x 20 грн.	60			
Представницькі ви-трати					
Інші витрати:	60 од. x 9 грн./од	540			660
Придбання фарб,	60 од. x 1.20 грн./од.	72			
паперу (ватман),	4 набори x 12 грн./од	48			
пензликів					
Всього витрат		6169,5	4100	600	10 869,5

5. Додатки:

- рішення керівного органу організації про затвердження проекту програми;
- дві рекомендації від органів виконавчої влади та місцевого самоврядування, громадських організацій, наукових установ або відповідних фахівців;
- листи-підтвердження інших організацій, що беруть участь у реалізації або фінансуванні проекту програми;
- інформація про впровадження організацією проектів програм за останні два роки;
- структурна схема організації.

ДЕКЛАРАЦІЯ ЕТИЧНИХ ЗАСАД ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА УКРАЇНИ

Пreamбула

Ми, організації громадянського суспільства (ОГС)* України:

усвідомлюючи свою роль активних учасників у процесах розвитку безпечного, збалансованого та дбайливого суспільства, а також трансформації українського суспільства на шляху до демократії, в якій панують верховенство права та повага до прав і свобод людини;

прагнучи зробити свій внесок у становлення демократичного суспільства в Україні;

погоджуючись, що базовими цінностями роботи ОГС є: прагнення діяти заради суспільного блага; пріоритетність потреб та проблем цільової групи та/або місцевої громади; рівність та повага до особистості; визнання соціокультурної різноманітності; незалежність та автономність;

приймаємо Декларацію етичних засад діяльності ОГС в Україні, якою ми будемо керуватися у своїй діяльності.

Основні етичні засади діяльності ОГС

Ми погоджуємося, що принципи відкритого демократичного суспільства є провідними для здійснення нашої діяльності та беремо на себе відповідальність за дотримання таких засад у своїй роботі:

Демократичне управління та участь у процесі прийняття і впровадження рішень, Відкритість та прозорість, Відповідальність, Співробітництво та рівноправне партнерство.

1. Демократичне управління та участь у процесі прийняття і впровадження рішень

Виходячи з того, що ОГС виражає і представляє численні й різноманітні інтереси та потреби суспільства і працює з метою їх задоволення,

1.1. ОГС докладає всіх можливих зусиль, щоб різноманітні інтереси та потреби суспільства були враховані в процесі розробки та впровадження державної політики;

1.2. ОГС забезпечує демократичне управління організацією шляхом залучення членів організації, представників цільової аудиторії та

громади до своєї діяльності та процесу прийняття рішень.

2. Відкритість та прозорість

Визнаючи відкритість та прозорість одними з основних принципів становлення та розвитку демократичного суспільства,

2.1. ОГС дотримується цих принципів у своїй роботі та у відносинах з членами організації, цільовою групою, органами державної влади та місцевого самоврядування, донорами та іншими сторонами. Оприлюднення річного та фінансових звітів про роботу ОГС та регулярне інформування громадськості про свою діяльність - важливі засоби дотримання принципів відкритості та прозорості в роботі ОГС;

ОГС вважає чесну конкуренцію за необхідну умову діяльності та пропагує конкурсний підхід до реалізації програм ОГС. На таких засадах вона сама бере участь у конкурсах, а також проводить відкриті конкурси і забезпечує доступ до інформації про них.

3. Відповідальність

Усвідомлюючи свою відповідальність за становлення і розвиток безпечного, збалансованого та дбайливого суспільства, а також вплив на трансформаційні процеси,

3.1. ОГС діє відповідно до своєї місії та задекларованих цілей і принципів;

3.2. ОГС веде діяльність та надає послуги в межах своєї компетентності і прагне досягнення якнайвищих стандартів якості та професіоналізму;

3.3. ОГС у повсякденній роботі проявляє повагу до принципу верховенства права і сприяє підвищенню правової свідомості громадян;

3.4. ОГС складає чесний та прозорий бюджет, дотримується його виконання, а також звітує про фінансову діяльність;

3.5. ОГС максимально ефективно використовує фінансові, матеріальні, людські, природні та інтелектуальні ресурси задля реалізації своєї місії і досягнення цілей;

3.6. ОГС керується в діяльності принципом поваги до авторства і власності ідей та проектів. Пропагування відповідального використання інтелектуальних ресурсів серед партнерів і запобігання плагіату – важливі складові роботи ОГС.

4. Співробітництво та рівноправне партнерство

Визнаючи співробітництво та взаємоповагу важливими факторами у розвитку громадянського суспільства,

4.1. ОГС будує свої відносини з іншими суб'єктами (ОГС, клієнтами, громадою, ЗМІ, донорами, органами влади) на засадах доброзичливого та рівноправного партнерства, толерантності, розуміння і поваги;

4.2. ОГС виконує взяті на себе письмові та усні зобов'язання перед партнерами, клієнтами та суспільством взагалі.

Прикінцеві положення

Приєднання організації до Декларації свідчить про прийняття проголошених цінностей та принципів, яких вона зобов'язується дотримуватися на словах та в дії, а також поширювати їх у суспільстві.

* ОГС — добровільна самоврядна організація, яка реалізує законні цілі стосовно особистих немайнових прав, не підлягаючи управлінню з боку державних органів і не виконуючи функції таких органів (акт Ради Європи «Фундаментальні принципи щодо статусу неурядових організацій в Європі» 2002 року, який підписала Україна).

