



ЦЕНТР ПІДТРИМКИ ТВОРЧИХ ІНІЦІАТИВ

"XXI століття буде ерою НДО..."
Кофі Аннан, Генеральний секретар ООН

Програми підготовки кадрів для системи інформаційно- методичного забезпечення процесу вирішення соціальних проблем на місцевому рівні.



Тиражування та розробка цієї брошури стали можливими завдяки підтримці Фонду Євразія за рахунок коштів, наданих Агенцією США з Міжнародного Розвитку (USAID) та Фондом Ч.С. Мотта.

Думки, висловлені у виданні, належать авторам і можуть не співпадати з офіційною позицією Фонду Євразія, USAID та Фондом Ч.С. Мотта.

Азарова Т.В., Абрамов Л.К., Станкевич Л.О. Програми підготовки кадрів для системи інформаційно-методичного забезпечення процесу вирішення соціальних проблем на місцевому рівні. - Кіровоград: ЦПТІ, 2004. - 76с.

Видання «Програми підготовки кадрів для системи інформаційно-методичного забезпечення процесу вирішення соціальних проблем на місцевому рівні» розроблене як спеціальна освітня система, яка дозволить оптимізувати процес підготовки кадрів для громадського сектору, та має сприяти створенню стабільної системи підготовки кадрів для неприбуткових організацій соціальної сфери через поєднання ресурсів громадського та державного секторів.

Фахівцям, які обрали для себе за головну мету свого життя вирішення соціально-культурних проблем в Україні, призначена ця Програма. Вона є спробою систематизації громадської освіти та, на думку укладачів, дозволить покращити процес підготовки кадрів для неприбуткового сектору.

Колектив Центру підтримки творчих ініціатив висловлює вдячність своїм колегам за цінні поради в складанні цієї програми, а саме:

Барашкової Т. (Центр підтримки громадських і культурних ініціатив)

Довганю Л. (Товариство Лева)

Качановій Н. (БФ "Громадські ініціативи")

Кононенко Л. (Міністерство культури і мистецтв України)

Кралличу Р. (Волинський ресурсний центр)

Полуйку В. (Західноукраїнський ресурсний центр)

Стаднічук Н. (БО "Джерело")

а також багатьом іншим нашим партнерам, які виявили свою небайдужість до цієї справи.

ЗМІСТ

Вступ	3
Навчальний план для фахівців системи інформаційно-методичного забезпечення процесу вирішення соціальних проблем на місцевому рівні	4
Розвиток громади	6
Методика надання консультативних послуг регіональним НДО.....	13
Менеджмент неприбуткової організації.....	24
Фандрейзинг для НДО	37
Зв'язки з громадськістю (PR)	49
Соціальний маркетинг.	60
Технологія розвитку ІММ для громадського сектору.....	66
Додатки.....	70
Інформація про Фонд Євразія.....	70
Інформація про Центр підтримки творчих ініціатив	74

ВСТУП

Трансформація українського суспільства на засадах демократизації та становлення ринкових відносин вимагає високого рівня професіоналізму не тільки від керівників бізнес-структур, державних установ, а й від фахівців неприбуткової сфери. А оскільки світ невпинно змінюється, то досягти зазначеної мети можливо тільки через створення постійно діючої системи інформаційно-методичного забезпечення потреб неприбуткового сектору України.

Однією з слабких сторін соціально-культурної сфери є кадровий потенціал локальних громадських організацій, що не дозволяє громадському сектору ефективно виконувати свою соціальну місію.

Особливе значення має підготовка таких спеціалістів, які б були тісно пов'язані з життям місцевої громади і мали авторитет в ній, а також могли б здійснювати постійну інформаційно - методичну підтримку місцевим громадським ініціативам. Таким вимогам відповідають консультанти інформаційно-консультативних пунктів для НДО, створених на базі місцевих закладів культури, які в більшості являються найбільш активною часткою місцевої громади, що створює умови для розвитку місцевих центрів активізації громади, центрів філантропії, фондів місцевої громади тощо на базі закладів культури.

Саме процесу трансформування місцевих будинків культури і бібліотек в центри активізації громади має сприяти запропонована Програма підготовки кадрів для системи інформаційно-методичного забезпечення процесу вирішення соціальних проблем на місцевому рівні, спрямована на навчання менеджерів, консультантів, фандрейзерів ІММ, менеджерів закладів культури, управлінської ланки системи Міністерства культури України, лідерів та персоналу НДО.

Враховуючи різноманітність функцій, які виконують в суспільстві різні елементи ІММ та їх взаємозв'язок, Програма розроблена як спеціальна освітня система, яка дозволить оптимізувати процес підготовки кадрів для громадського сектору, та має сприяти створенню стабільної системи підготовки кадрів для неприбуткових організацій соціальної сфери через поєднання ресурсів громадського та державного секторів.

Фахівцям, які обрали для себе за головну мету свого життя вирішення соціально-культурних проблем в Україні, призначена ця Програма. Вона є спробою систематизації громадської освіти та, на думку укладачів, дозволить покращити процес підготовки кадрів для неприбуткового сектору.

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

ДЛЯ ФАХІВЦІВ СИСТЕМИ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ВИРІШЕННЯ
СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ.

л- лекції т- тренінги
с – семінари в - всього

№	Спеціальність	Розвиток громади				Методика надана консультативних послуг				Менеджмент неприбуткової організації		
		л	т	с	в	л	т	с	в	л	т	с
1	Консультант інформаційно-консультативного пункту (ІКП)	4				8	88	192	288	4	24	56
2	Менеджер центру громадянської активності	1	11	24	36	1	11	24	36	8	88	192
3	Фандрейзер	1	27	56	84	1	11	24	36	2	18	40
4	Менеджер з PR	1	27	56	84	1	14	30	45			
5	Тренер-консультант	2	16	36	54	2	16	36	54	16	36	36
Разом												

		Фандрейзинг для НДО				Зв'язки з громадськістю (PR)	Соціальний маркетинг	Методика проведення тренінгу	Сучасні інформаційні технології				Технологія розвитку ІММ для громадянськог	Всього годин
		л	т	с	в				л	т	с	в		
2		8				1				2				720
16		88	27			27				11				720
36		192	56			56				24				720
54		288	84			84				36				720
2		1	1			1				1				720
16		88	27			27				11				720
36		192	56			56				24				720
54		288	84			84				36				720
2		1	1			1				1				720
94		14	11			11				11				720
192		30	24			24				24				720
288		45	36			36				36				720
2		1	1			1				1				720
16		27	11			11				11				720
36		56	24			24				24				720
54		84	36			36				36				720
2		2	1			1				1				720
16		14	11			11				11				720
36		30	24			24				24				720
54		45	36			36				36				720
720		720	720			720				720				720

Розвиток ГРОМАДИ.

Пояснювальна записка.

Даний курс адресований фахівцям, щоб допомогти їм оволодіти базовими знаннями та вміннями з розвитку громади. В результаті вивчення курсу розвиток громади" слухачі мають усвідомити роль громади в громадянському суспільстві з точки зору вирішення соціальних проблем на місцевому рівні.

Вивчення курсу розвиток громади" дозволить майбутнім фахівцям оволодіти наступними практичними вміннями:

- визначати та розуміти потреби громади;
- визначати критерії сталості громади;
- налагоджувати стосунки в громаді на основі довіри та співпраці;
- формувати кореневі групи;
- розробляти програми з розвитку громади;
- залучати ресурси та союзників;
- фасилітувати процес розвитку місцевих громад.

Тема 1. Роль громади в громадянському суспільстві.

Історичні етапи виникнення громадянського суспільства в Україні. Друга половина дев'ятнадцятого століття: роль товариства просвіта" в підвищенні культурного, освітнього рівня селянства; утворення перших кооперативів та кредитних спілок; спортивні та протипожежні спілки для молоді; спілки по навчанню селян методам господарювання. Початок 20 століття: розвиток осередків просвіти" на східній Україні; розвиток та поширення кооперативів; виникнення скаутської організації пласт". Деякі елементи громадянського суспільства у комуністичний період: неформальна мережа спільних об'єднань, спрямованих на задоволення певних потреб та прагнень. Сучасний етап: НДО як основа громадянського суспільства.

Громада як група людей, що об'єднана сталими взаєминами з метою покращення себе та світу, в якому вони живуть.

Види громад: сільська; сусідська; громади з особливими потребами (наприклад, громада людей з вадами зору); громади, що мають спільне етичне та культурне походження; громади, що мають спільне переконання або спільні інтереси.

Соціальний, політичний, економічний та культурний аспект життя громади.

Структура громади: серце - пересічні люди, які взяли на себе обов'язок працювати разом над поліпшенням громади; люди і організації, які працюють з серцем" і з волонтерськими групами щоб стимулювати і підтримувати процеси розвитку громади; регіональні загальнодержавні владні структури, які створюють позитивне або негативне середовище для процесів розвитку громади; міжнародні

сили та зовнішні умови, що впливають на розвиток громадянського суспільства.

Зв'язок між розвитком громади та розвитком громадянського суспільства.

Тема 2. Сталість громади як складова розвитку потенціалу громади.

Сталість громади як її здатність виконувати свої функції ефективно, результативно, впродовж тривалого часу.

Критерії сталості громади: економічне забезпечення, екологічна безпека, соціальна справедливість та добробут, залучення громадян та відповідальність, інституційна ефективність, культурна життєздатність.

Характеристика критеріїв сталості.

Економічне забезпечення. Здорова та диверсифікована економіка, що адаптується до змін, забезпечує економічний добробут мешканців. Наявність різноманітних бізнесових установ, безпечних для довкілля. Бізнес забезпечує освіту задля пристосування до майбутніх потреб, надає робочі місця та надає працівникам можливість мати право голосу у вирішенні цих питань.

Екологічна безпека. Збереження природних функцій, ландшафту, природних ресурсів. Стала громада знаходиться у гармонії з природними системами шляхом зменшення та переробки відходів з метою їх нешкідливої утилізації.

Соціальна справедливість та добробут. Підтримка прагнення людей до добробуту, безпеки. Забезпеченість товарами та послугами. Збереження різноманітних соціальних та культурних систем та уникнення соціальної напруги завдяки справедливому розподілу коштів та пільг.

Залучення громадян та відповідальність. Безпосередня участь громадян в управлінні певним регіоном з метою

посилення його сталості. Залучення громадян до досягнення консенсусу, громадянської відповідальності.

Інституційна ефективність. Вплив бізнесових установ, різноманітних групи представників громади, засобів масової інформації та пересічних громадян на процес управління через участь у ньому.

Культурна життєздатність. Використання громадою різноманітних установ та заходів задля збереження та збагачення своєї культурної спадщини.

Тема 3. Розвиток громади як стратегія вирішення соціальних проблем.

Розвиток громади як шлях до розв'язання людських проблем, який допомагає групам людей налагодити стосунки на основі довіри, співпраці.

Процес змін людських систем, його основні аспекти: фундаментальна модель, критична маса, взаємозв'язок, створення позитивної альтернативи, конфлікт. Використання цих аспектів для підтримки розвитку громади.

Технологія вивчення та розуміння потреб громади.

Сприяння процесу змін, роль фасилітатора в цьому процесі. Використання напруги в громаді. Фактори, що спричиняють підвищення напруги; конфлікти між особами та проблемами; невідповідність прав та обов'язків; відчуття ізольованості; потреби створення місцевої економіки; потреби створення можливостей для розвитку особи; криза молоді, тощо. Сприяння консультаціям.

Збереження єдності та здорових взаємин між людьми: сприяння формуванню корневих груп; формування спільного бачення.

Роль та особливості навчання в процесі розвитку громади. Освітні принципи навчання в громаді. Розробка

корисного плану на основі реальних потреб громади. Основні засоби захисту процесу розвитку громади.

Тема 4. Технологія розвитку громади.

Практичні аспекти діяльності громади як постійний процес її розвитку: напруга, спілкування і консультація, розбудова кореневої групи, програми розвитку, залучення ресурсів та союзників, створення організації.

Напруга в громаді як джерело змін у ній. Перешкоди, котрі можуть виникнути, якщо напруга не буде проявлятися. Шляхи виявлення напруги, усвідомлення проблем.

Спілкування як умова для виявлення напруги в громаді та ідентифікація широкого спектру проблем та ідей. Консультування з людьми, які відіграють ключову роль в житті громади.

Кореневі групи як громадська комісія, створена для розв'язання певної проблеми, що стосується громади. Структура кореневої групи. Визначення групою напрямків дії і послідовне згуртування інших груп.

Програма як певний розпорядок роботи та поведінки, сформований професіоналами (елітою громади) для членів громади. Програмний цикл: оцінка потреб і постановка цілей; укладання планів; впровадження (діяльність); моніторинг і оцінка.

Розробка програм з розвитку громади: дослідження шляхом участі; планування та оцінка; налагодження стосунків з людьми; пошук ресурсів; створення ефективних організацій розвитку громади.

Шляхи залучення ресурсів та союзників. Роль громадських фондів в процесі забезпечення розвитку громади.

Виникнення організацій як реальний символ змін в громаді. Організація як центр концентрації зусиль

громади. Еволюція розвитку організації - від професійного контролю і керівництва через створення можливостей перейти до контролю над процесами розбудови громади членами самої громади.

Заходи по захисту процесів розвитку людини та громади.

Вітчизняний та закордонний досвід розвитку громади.

Література.

1. Громади України: на шляху відродження. / Відповідальний за випуск К Гуріненко —К.: 2002.
2. Гураль П. Через розвиток територіальних громад - до громадянського суспільства. // Науково-практична конференція громадянське суспільство: досвід та філософія розвитку в сучасній Україні" / Тези доповідей. Львів: 2002, 27-29 травня.
3. Мавко П. Прояви та форми громадянського суспільства у самоврядних територіальних громадах України: досвід програми партнерство громад" (1999-2001 рр.). // Науково-практична конференція громадянське суспільство: досвід та філософія розвитку в сучасній Україні" / Тези доповідей. Львів: 2002, 27-29 травня.
4. Практичний посібник для тренерів з розвитку громади. / За ред. Гуріненка К. - К.: Ай-Бі, 2002.
5. Розвиток сільської громади через активізацію використання інтелектуального потенціалу громади. // Науково-практична конференція громадянське суспільство: досвід та філософія розвитку в сучасній Україні" / Тези доповідей. Львів: 2002, 27-29 травня.

6. Софій О., Кліманська Л. Громада. Громадянське суспільство. Держава. // Науково-практична конференція „Громадянське суспільство: досвід та філософія розвитку в сучасній Україні” / Тези доповідей. Львів: 2002, 27-29 травня.
7. Фонды для локального сообщества. / Дайджест. -К.: Центр филантропии, 2000.

МЕТОДИКА НАДАНИЯ КОНСУЛЬТАТИВНИХ ПОСЛУГ РЕГІОНАЛЬНИМ НДО.

Пояснювальна записка.

Протягом кількох років у малих містах України працюють інформаційно-консультативні пункти (ІКП), котрі створюють для місцевих громадських організацій сприятливі умови для використання інформаційних ресурсів вітчизняних та зарубіжних НДО, а також сприяють підвищенню професіоналізму кадрового потенціалу громадських організацій свого району.

В перспективі ІКП трансформуватимуться в центри громадянської активності на місцевому рівні. У зв'язку з цим виникла необхідність у спеціальній освітній програмі для методистів ІКП.

Курс "Методика надання консультативних послуг регіональним НДО" має за мету внесення певних якісних коректив до практики роботи методистів ІКП для НДО.

Курс має наступну логічну структуру.

У першій темі подаються уява про ІКП як про структурний елемент ресурсного центру, визначаються задачі ІКП, характеризуються послуги, що надаються методистами НДО, а також показано шляхи трансформації ІКП у центри громадянської активності.

Друга тема розкриває основні функції методиста ІКП, тут сформульовано також професійні вимоги до методиста-консультанта.

При вивченні третьої теми методисти ознайомляться з вимогами до оформлення методичного кабінету.

Четверта тема розкриває роль методиста в інформаційному забезпеченні процесу вирішення проблем на місцевому рівні.

Вивчення наступних тем допоможе фахівцям оволодіти методикою проведення групової та індивідуальної консультації, а також іншими формами роботи.

В результаті вивчення курсу "Методика надання консультативних послуг регіональним НДО" методисти мають оволодіти наступними вміннями:

- оформляти методичний кабінет для НДО;
- складати бібліографію для НДО;
- вивчати рівень висвітлення діяльності НДО у ЗМІ;
- проводити індивідуальні, групові консультації та інші форми роботи;
- використовувати різні методи консультування та оптимально їх обирати.

Тема 1. *Інформаційно-консультативний пункт як структурний елемент регіонального ресурсного інфраструктурного центру.*

Специфіка діяльності НДО, що знаходяться у малих містах і районних центрах. Проблеми регіональних НДО: відсутність взаємозв'язків, обміну інформацією, інформаційних технологій, бази даних щодо донорських організацій, дефіцит літератури, недостатнє висвітлення засобами масової інформації стану справ у III секторі. Шляхи вирішення цих проблем.

Створення інформаційно-консультативної мережі (ІКМ) в установах культури. Інформаційно-консультативний пункт як представницька структура

МЕТОДИКА надання консультативних послуг регіональним НДО.

регіонального ресурсного центру (регіонального інформаційно-методичного центру).

Мета ІКП: консолідація зусиль громадських організацій для підвищення активності громадян у вирішенні соціальних проблем місцевого значення.

Завдання ІКП: створення сприятливих умов для своєчасного використання інформаційних ресурсів вітчизняних і зарубіжних НДО. Підвищення професіоналізму кадрового потенціалу громадських організацій району.

Характеристика послуг, що надаються ІКП місцевим НДО: надання приміщень для проведення масових заходів, акцій, для неформального спілкування і консультування громадян місцевої спільноти. Надання об'єктів матеріальної і духовної культури. Забезпечення людськими ресурсами. Забезпечення інформаційно-методичними матеріалами та їх поширення. Надання допомоги у встановленні зв'язків з бізнесом, органами місцевого самоврядування. Проведення індивідуальних і групових консультацій.

Послуги, які отримують методисти в регіональних ресурсних центрах: офісна техніка та можливість користування Інтернет; книги, інформаційні бюлетені, методичні матеріали, підручники; база даних благодійних фондів, НДО регіону та України; навчання та стажування методистів.

Шляхи трансформації ІКП в центри громадянської активності на місцевому рівні.

Тема 2. *Основи діяльності методиста ІКП.*

Основні функції методиста ІКП: інформаційна, консультативна, стимулююча, інтегруюча.

Спільна робота методиста ІКП з НДО, ініціативними групами, органами місцевого

самоврядування по підвищенню активності населення в рішенні соціальних проблем шляхом створення оптимальних умов для своєчасного використання інформації.

Встановлення суспільно-ділових відносин з НДО, представниками ЗМІ, з державними бюджетними організаціями, з бізнесом, з місцевою адміністрацією і органами місцевого самоврядування.

Створення при інформаційно-консультативному пункті інформаційно-методичного об'єднання з лідерів НДО для обміну досвідом роботи, вивчення актуальних проблем місцевої громади і визначення шляхів їх вирішення.

Створення позитивної атмосфери соціально-психологічного оточення, де люди мали б змогу вільно висловлювати свої погляди, бути почутими.

Визначення та розуміння потреб громади. Допомога громадянам в усвідомленні актуальних потреб місцевої громади і спонукання громадян до започаткування позитивних змін. Координація зусиль НДО та ініціативних громадян у вирішенні соціальних проблем на місцевому рівні.

Вимоги до методиста-консультанта: різнопланові знання вітчизняного та зарубіжного досвіду недержавних організацій, знання громадського життя свого регіону; вміння спілкуватися для встановлення суспільно-ділових відносин; володіння сучасними технологіями консультативної роботи, володіння навичками роботи з технічними засобами.

Тема 3. Оформлення методичного кабінету (кутка) для НДО.

Роль методичного кабінету в підвищенні кваліфікації персоналу НДО та організації їх самостійної роботи.

МЕТОДИКА надання консультативних послуг регіональним НДО.

Матеріали методичного кабінету: бібліотека теоретичної і методичної літератури з постійним поповненням новими виданнями; добірка журнальних статей, інформаційних бюлетенів НДО а також газет; список рекомендованої літератури за окремими темами; тематичні картотеки книг; довідники; нормативно-правові документи, що регламентують діяльність НДО. Інформування членів НДО щодо нових надходжень, пропаганда найцікавіших і найкорисніших для НДО видань.

Матеріали, що відображають досвід розв'язання громадськими організаціями соціальних проблем. Зразки стратегічних, тактичних планів; пам'ятки щодо фінансового менеджменту, написання проектів, зразки сценаріїв масових заходів НДО.

Технічні засоби: магнітна дошка або фланелеграф, проектор, магнітофон, диктофон, телефон, копіювальний апарат, комп'ютер.

Засоби наочності: географічна карта району з позначенням місць, що обслуговуються ІКП; періодична виставка, яка відображає діяльність окремих НДО району; змінні навчальні матеріали, що вивчаються в школі лідерів; стенди, що відображають діяльність окремих лідерів, персоналу.

Роздатковий матеріал для організації індивідуальних та групових консультацій.

Вимоги щодо оформлення кабінету: розташування картин, таблиць постійного користування, бібліотеки, технічних засобів навчання, наочних та дидактичних матеріалів. Робочих місця для клієнтів та методиста.

Тема 4. Роль методиста в інформаційному забезпеченні процесу вирішення соціальних проблем на місцевому рівні

Поняття: інформація", інформаційний простір", інформаційний обмін".

Інформація як спосіб розвитку громадянського суспільства та його демократичних процесів. Роль інформаційного обміну в усвідомленні потреб громади, її проблем та шляхів розвитку місцевих спільнот. Інформація та засвоєння соціального досвіду. Психологічний вплив за допомогою інформації і його вплив у орієнтації громадян на самостійне вирішення соціальних проблем.

Інформаційний потенціал третього сектору. Класифікація джерел інформації: нормативно-правові документи, що регулюють діяльність НДО; книги, присвячені дослідженню однієї теми; навчально-методична література; довідкова література; дайджести, брошури з певних проблем; матеріали наукових конференцій; періодичні видання третього сектору.

Принципи складання бібліографії НДО: за цільовим призначенням (обліково-реєстраційна, рекомендаційна, критична); за часом видання (поточна, ретроспективна); за змістом та типом (загальна та з окремих напрямків діяльності НДО); за територіальною ознакою (видання НДО певних регіонів).

Інформаційні ресурси для НДО в Інтернет. Незалежна інформаційна Інтернет - платформа для НДО. Агентство соціальної інформації як консультативно-сервісна структура з використанням сучасних технологій.

ЗМІ як інструмент, за допомогою якого здійснюється взаємодія між соціально-активними громадянами і суспільством в цілому.

МЕТОДИКА надання консультативних послуг регіональним НДО.

Методики визначення рівня висвітлення діяльності НДО засобами масової інформації.

Форми взаємозв'язку НДО та ЗМІ: прес-релізи, листи в газету, інтерв'ю, прес-конференції.

Інститути інформаційного забезпечення вирішення соціальних проблем: регіональний ресурсний центр для НДО; інформаційно-консультативні пункти в регіонах; прес-клуб реформ. Цілі, задачі, напрямки діяльності цих інститутів.

Тема 5. Зміст консультаційної роботи.

Цілі та завдання змісту консультаційної роботи.

Характеристика змісту консультування.

Роль третього сектору в демократичному суспільстві: історія громадських організацій. Третій сектор у структурі сучасного суспільства. Функції третього сектора. Класифікація організацій, що входять до III сектора. Принципи діяльності громадських організацій, їх роль в житті суспільства.

Правові аспекти діяльності НДО: нормативно-правові акти, які регулюють діяльність НДО, Закони України про об'єднання громадян", про благодійництво та благодійні організації", утворення та легалізація громадських організацій.

Управління НДО: люди організації, внутрішня структура організації. Лідер і стилі управління. Управлінські функції в управлінському процесі; умови ефективного управління.

Стратегічне планування. Основні методи стратегічного планування.

Суспільно-ділові відносини НДО: поняття суспільно-ділових відносин. Відносини НДО та держави. Соціальне замовлення. Лобіювання інтересів НДО у

структурах влади. Відносини НДО з бізнесом. Зв'язки з суспільством (PR.). Спілкування як засіб вирішення соціальних проблем.

Маркетинг НДО: сутність та основні види маркетингу у сфері бізнесу. Маркетинг некомерційних організацій, його специфіка. Визначення цілей маркетингу. Вибір позиції організації на ринку послуг. Оцінка маркетингової ситуації. Розробка плану маркетингу.

Ресурси для НДО: види ресурсів для НДО. Людські ресурси - вирішальний чинник діяльності НДО. Фандрейзинг для НДО. Інформаційні та матеріально-технічні ресурси НДО.

Грант як метод отримання спонсорської підтримки; послідовність по забезпеченню благодійної підтримки. Класифікація донорських організацій. Пошук потенційних донорів. Розробка проекту. Оформлення пакету документів по проекту.

Тема 6. *Форми роботи методиста ІКП з лідерами і персоналом громадських організацій.*

Консультація - основна форма роботи методиста.

Вимоги до проведення консультації. Види консультацій.

Індивідуальна консультація і методика її проведення. Питання, що виносяться на індивідуальне консультування. Види індивідуальних консультацій: заплановані, спонтанні. Структура індивідуальної консультації: початок консультації - вступ в контакт; формулювання клієнтом сутності питання, на яке необхідно отримати відповідь; резюме; вихід з контакту; самоаналіз підсумків та ходу консультації.

Групова консультація і методика її проведення: підготовча робота; повідомлення консультантом теми, демонстрація її актуальності; виклад консультантом

МЕТОДИКА надання консультативних послуг регіональним НДО.

основних питань, що розкривають зміст теми; ілюстрація методичних положень наочними прикладами; обговорення питань, які виникають у слухачів в процесі консультації; висновок методиста по всій темі; рекомендації щодо використання літератури.

Інші форми роботи: семінар-практикум, засідання інформаційно-методичного об'єднання, тощо.

Тема 7. *Методи консультування та їх оптимальний вибір.*

Метод як спосіб спільної діяльності консультанта і клієнта для вирішення інформаційних завдань. Внутрішня та зовнішня сторони методу, їх єдність.

Підходи до класифікації методів консультування.

Характеристика окремих методів консультування.

Словесні методи. Розповідь. Види розповіді: розповідь-вступ; розповідь-виклад інформації; активізація уваги; прийоми прискореного запам'ятовування, тощо. Умови ефективного застосування розповіді: ретельне продумування плану; вибір раціональної послідовності викладу; підбір прикладів та ілюстрацій; підтримка належного емоційного тону викладу.

Бесіда і підготовка до неї. Постановка основних та допоміжних питань. Організація обговорення відповідей та думок клієнтів. Прийоми корегування відповідей. Прийоми формулювання висновків.

Наочні методи та вимоги до них. Метод ілюстрації та демонстрації. Умови ефективного використання наочних методів: здатність виділяти головне, розуміння сутності при демонстрації, вміння дати пояснення побаченому та зробити висновки.

Практичні методи: складання завдання, планування його виконання, управління процесом виконання, аналіз підсумків практичного завдання.

Індуктивні і дедуктивні методи у розкритті логіки змісту теми. Індуктивний метод - від фактів, конкретних прикладів до самостійних висновків. Дедуктивний метод - від загальних положень, формул, алгоритмів до конкретних прикладів та вправ.

Репродуктивні та проблемно-пошукові методи та умови їх використання.

Ділова гра, принципи її розробки: моделювання змісту громадської діяльності, конкретних умов та динаміки їх перебігу; відтворення проблемних ситуацій, найтипівіших для НДО, незалежно від пріоритетів діяльності; принцип спільної діяльності учасників в умовах взаємодії професійних функцій, які імітуються в грі; принцип діалогічного спілкування і взаємодії партнерів по грі. Види ділових ігор: аналіз ситуації, рольова гра.

Ділова дискусія, етапи її проведення: вступ в контакт; постановка проблеми; уточнення предмету спілкування і предметних позицій; висування альтернативних варіантів; конфронтація учасників; обговорення і оцінка альтернатив; пошук елементів подібності; встановлення погодження сторін через вибір найприйнятнішого або оптимального рішення.

Завдання ведучого дискусії - сформулювати мету і тему дискусії; встановити час; зацікавити учасників; домагатися однозначного розуміння проблеми; організувати обмін. Використання інформаційних технологій в консультування.

Оптимальний вибір методів консультування. Залежність методу від задач, змісту та можливостей клієнта та консультанта.

Література.

1. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Менеджмент неприбуткової організації. - Кіровоград: ЦПТІ, ІСКМ, 2003, Ч. I, ч. II.
2. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Методика надання консультативних послуг регіональним НДО. - Кіровоград: ЦПТІ, 2000.
3. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Теорія та методика корпоративного спонсорства. - Кіровоград: ЦПТІ, 2001.
4. Закон України про благодійництво та благодійні організації" (1997).
5. Закон України про об'єднання громадян" (1997).
6. Настільна книга неприбуткових організацій. / За ред. О. Ткачука. -К.: Інститут громадянського суспільства, 2000.
7. Порадник для неурядових організацій. - Львів: ЗУРЦ, 1999.
8. Програма сприяння громадським організаціям // Матеріали семінарів-К.: Інститут демократії ім. П.Орлика, 1997.
9. Ресурсний центр для НГО как катализатор процесса межсекторного партнерства / под. ред. Азаровой Т.В., Абрамова Л.К. - Кіровоград: ЦПТІ, 1999
10. Стратегічне планування діяльності НДО / Під ред. Азарової Т.В., Абрамова Л.К. - Кіровоград: ЦПТІ, 2000.
11. Суспільно-ділові відносини НДО / Під ред. Азарової Т.В., Абрамова Л.К. - Кіровоград: ЦПТІ, 2000.
12. Фандрейзинг для НДО / Під ред. Азарової Т.В., Абрамова Л.К. - Кіровоград: ЦПТІ, 2000.

МЕНЕДЖМЕНТ НЕПРИБУТКОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.

Пояснювальна записка.

Зростання ролі громадського сектору в житті нашого суспільства вимагає високого рівня професіоналізму від його лідерів. Особливо це актуально зараз, коли ще не створено систему підготовки керівників НДО на державному рівні, а рівень професійної мобільності у громадському секторі вищий, ніж в інших секторах. Саме з урахуванням цих обставин складено програму "Менеджмент неприбуткових організацій". Враховуючи невеликий об'єм часу, що відводиться на даний курс, варто основну увагу при його вивченні приділяти самостійній роботі лідерів, попередньому вивченню ними перед кожним заняттям необхідної літератури, а також активізації власного практичного досвіду роботи. В зв'язку з цим основна увага в навчальному курсі приділяється тренінгам.

Вивчення курсу "Менеджмент неприбуткової організації" покликане підготувати лідерів до самостійного, творчого і дієвого вирішення практичних питань управління неприбутковою організацією. Він дасть найпозитивніший результат, якщо його буде тісно пов'язано з практикою управління НДО.

Вивчення даного курсу має допомогти лідерам в засвоєнні теоретичних основ менеджменту, правових засад діяльності НДО, а також в оволодінні професійними вміннями в сфері планування діяльності неприбуткової організації та використанні різноманітних форм організації управління НДО.

Враховуючи прагнення організацій до реалізації грантових програм, до змісту курсу включено тему

"Менеджмент проектів". Засвоєння цієї теми дозволить ознайомитися з різними типами джерел фінансування, оволодіти методами вивчення, вибору, та звернення до фондів зі своїми пропозиціями, а також сформулювати вміння складання проектного документу.

Тема 1. Теоретичні основи менеджменту.

Основні етапи і розвиток менеджменту: зародження менеджменту; роль управління в організації виробництва (Ф.Тейлор); виділення менеджменту як науки; визначення основних функцій управління; ствердження управлінських принципів (А. Файоль); менеджмент з гуманістично-психологічним ухилом (А. Маслоу); притягнення до процесу управління технічних засобів (Віннер); ситуативний менеджмент.

Поняття організації, її функції, види.

Менеджмент як управління організацією.

Управлінська діяльність, її специфіка. Структура управлінської діяльності.

Види управління: управління за принципом чорної скрині"; управління за принципом білої скрині"; визначення мети управління; встановлення вихідного положення об'єкту управління; визначення програм впливу; отримання інформації по каналу зворотного зв'язку; напрацювання корегуючи впливів.

Принципи менеджменту як відображення закономірностей управління: цілеспрямованість, облік індивідуальних особливостей персоналу; принцип єдиного начала; принцип економичності; принцип регламентації повноважень; принцип відкритості і справедливості.

Специфіка управління неприбутковою організацією.

Тема 2. НДО як об'єкт управління.

Причини виникнення НДО, їх роль в житті сучасного суспільства. Досвід роботи громадських організацій в США, в Європі. Історія виникнення і діяльності громадських організацій в Україні.

НДО як структурний елемент третього сектору.

Функції громадської організації відносно держави, бізнесу та інтересів членів своїх організацій і комітетів.

Відмінні риси НДО: недержавний характер, самоврядування, добровільність, некомерційність, неприбутковість, корисність.

Класифікація НДО. Види громадських організацій в залежності від: а) профілю діяльності; б) сфер діяльності; в) організаційно-правових форм об'єднання громадян; г) статусу; д) сфери інтересів; є) рівня розвитку.

Організаційна структура НДО.

Поняття структури, фактори, що впливають на визначення структури.

Різні підходи до формування структури організації: ієрархічна, командна, мережева структури; їх переваги і недоліки.

Внутрішній потенціал і зовнішнє середовище НДО.

Макросередовище (середовище опосередкованого впливу). Мікро середовище (середовище безпосереднього впливу). Людські ресурси, організаційна культура, фінансовий та матеріальний стан.

Тема 3. Правові засади діяльності НДО.

Поняття: закон, норма права, нормативний акт, право власності, статус особи (особа фізична, особа юридична).

Загальна характеристика нормативно-правових документів, що регулюють діяльність НДО.

Конституція України як базовий документ законодавства для неприбуткового сектору.

Загальна характеристика Закону України про благодійництво та благодійні організації" (1997р.): загальні положення. Організаційно-правове регулювання благодійництва та діяльності благодійних організацій. Матеріально-технічне забезпечення діяльності благодійництва та благодійних організацій. Державі благодійність. Благодійна діяльність. Міжнародні благодійні фонди в Україні.

Закон України про об'єднання громадян". Загальні положення. Засади діяльності та статус об'єднань громадян. Утворення та легалізація громадських організацій. Підготовка до утворення: визначення назви, профілю діяльності, юридичної форми організації, статусу. Установчий з'їзд (конференція, загальні збори).

Легалізація НДО: реєстрація, повідомлення про заснування. Документи, що необхідні до заяви про легалізацію: статут, протокол загальних зборів, відомості про склад керівництва, тощо.

Оподаткування громадських організацій в Україні та звітність.

Перспективи розвитку законодавства про неприбуткові організації.

Тема 4. Планування як елемент управлінської діяльності

Життєвий цикл НДО.

Роль планування діяльності в управлінні НДО.

Рівні планування. Вимоги до складання плану. Види планів у залежності від того, який часовий період охоплюють заплановані заходи.

Стратегічне планування, його роль у розвитку організації. Поняття стратегії.

Основні етапи стратегічного планування. Підготовка до стратегічного планування: визначення того, яким буде план, хто братиме участь в плануванні; збір необхідної інформації.

Визначення місії організації: хто ми? Чому ми існуємо? Що ми робимо? Для кого ми існуємо?

Ідентифікація наявних завдань та стратегій: визначення того, як попередня діяльність вела до досягнення цілей.

Аналіз оточення: визначення чинників, що впливають на реалізацію цілей організації (можливості та загрози).

Аналіз засобів: люди, програми, фінансові та матеріальні засоби, структура (сильні та слабкі сторони організації).

Визначення стратегічних цілей, їх опрацювання, опрацювання альтернативних стратегій, застосування матриці продукт - ринок".

Вибір відповідного варіанту стратегії.

Впровадження стратегії.

Вимір та контроль кроків та наслідків.

Циклічне планування як планування функцій і відповідальностей за певними особами.

Операційне планування, його вида. Використання схеми Гантта.

Тема 5. *Форми організації управління НДО.*

Поняття про повноваження та його види. Лінійні, штатні та функціональні повноваження.

Делегування повноважень, його роль в стимулюванні поглиблення компетенції співпрацівників. Причини, що заважають делегуванню повноважень.

Основні напрямки делегування повноважень: функціональний розподіл, технологічний розподіл, професійно-кваліфікаційний розподіл управлінської діяльності.

Основні вимоги до делегування повноважень. Функції та повноваження, які не можуть бути делеговані.

Схема делегування повноважень: обсяг робіт, виконавці, призначення, технологія виконання, строки виконання.

Напрямки підвищення ефективності делегування повноважень.

Організація праці менеджера, загальні принципи управління; розподіл праці; відповідальність: дисципліна; єдиноначальність; єдність керівництва; підпорядковувальність особистісного інтересу загальному; винагороджування персоналу; централізація; ієрархія; порядок; справедливість; корпоративний дух (Файоль).

Прийняття управлінських рішень. Характеристика рішень за формою ухвалення: одноосібні, колегіальні, колективні. Рівні прийняття рішень та управлінські навички: рутинний рівень - неухильне виконання правил, контроль; селективний рівень - ідентифікація, створення робочих груп; творчий - творче управління.

Прийняття управлінського рішення як процес. Етапи прийняття рішення: вивчення проблеми; розробка ідей; оцінка ідей; планування нововведень; зворотний зв'язок і аналіз.

Розробка посадових інструкцій, внутрішніх стандартів. Корпоративна культура.

Контроль як перевірка правильності рішень менеджера. Види контролю: поточний контроль за відхиленнями; контроль, що випереджає; підсумковий контроль, оцінка виконання персоналом своїх обов'язків.

Мотивація та стимулювання праці співробітників, їх види та методи.

Тема 6. Соціально-психологічні та ділові якості сучасного менеджера НДО.

Портрет сучасного менеджера.

Якості ділової людини: обачливість, здатність працювати в команді.

Вимоги до просунення: висока кваліфікація, здатність до навчання, співробітництва, життєвий досвід, добрі знання специфіки НДО.

Професійна компетентність: тенденція переходу від вузької спеціалізації до оволодіння декількома професіями, високий рівень духовності.

Характер проведення інновацій: поєднання еволюційного та революційного шляхів.

Характер ділових взаємовідносин: формальні та неформальні взаємозв'язки, взаєморозуміння.

Вміння та навички кваліфікованого менеджера: пристосування стилю керівництва до змін, що відбуваються; встановлення творчих стосунків з підлеглими; заохочення здібних співробітників; системний аналіз роботи; створення позитивного зворотного зв'язку; визначення критеріїв ефективності.

Критерії ефективності роботи менеджера: звітність, лідерство, увага до роботи колективу, тісний контакт з людьми, самовіддача, індивідуальність, поєднання інтелектуальних і оперативних рис.

Етикет менеджера громадської організації.

Тема 7. Фінансовий менеджмент.

Фінансовий менеджмент НДО як управління фінансами для забезпечення фінансової стійкості організації.

Фінансові ризики. Фінансова стійкість НДО: здатність оплатити поточні витрати з поточних доходів; здатність оплатити майбутні витрати з майбутніх доходів; здатність вкладати кошти в основні засоби: обладнання, приміщення, тощо; здатність покривати непередбачені витрати.

Формування і управління фінансовим потоком.

Поняття бюджету". Відмінні особливості бюджету: ілюструє, що організація сподівається виконати за певний період часу і як для цього будуть розподілені наявні кошти; бюджет як засіб виконання фінансової діяльності і допомоги організації в ефективному проведенні фінансових операцій; бюджет - це план дій.

Основне завдання бюджету: планування і використання фінансових ресурсів у часі.

Користувачі бюджету: керівництво організації (для контролю за правильним використанням наявних коштів); виконавчі працівники організації (для успішного планування роботою організації); спонсори (для оцінки запропонованих програм).

Види бюджету: поточний бюджет; бюджет контрактів чи заявок на гранти; бюджет наявних коштів; бюджет за основними статтями.

Структура бюджету: бюджет доходів та бюджет витрат.

Підходи до створення бюджету: на основі програм, що реалізуються; на основі витрат; на основі елементів матеріально-технічного постачання, комбінований підхід.

Методика складання річного бюджету: розробка стратегії (основні напрямки діяльності організації,

програми) на найближчий рік; визначення результатів і планування дій у рамках кожної з програм; визначення тих ресурсів, які будуть потрібні для виконання кожного плану дій; визначення того, які ресурси можна використовувати централізовано (у кількох чи у всіх програмах); визначення розміру організаційних витрат; визначення величини накладних витрат; розрахунок прямих витрат; формування витратної частини загального бюджету організації шляхом поєднання організаційних витрат, накладних та витрат за програмами; формування доходної частини бюджету (розміри і строки надходжень, необхідні для покриття витрат).

Умови ефективного складання бюджету: чітко уявляти стратегію організації; мати спеціальні знання в сфері економіки та законодавства; уміння оцінювати ресурси та можливості їх залучення; мати точну інформацію про ціни; мати баланс між накладними та прямими витратами; радитися з колегами; закладати можливі зміни; мати юриста-консультанта.

Планування операційного бюджету: розрахунок витрат; оцінка потенційних джерел прибутку.

Бухгалтерський і фінансовий звіти. Основні функції: полегшення управління фінансами; засоби для планування, контролю та прийняття рішень. Користувачі: спонсори, керівні органи організації, виконавча ланка організації; ті, на кого спрямована діяльність організації. Вимоги: зрозумілість як для фахівців, так і для нефахівців; інформативність (сприяти прийняттю рішень і допомагати користувачам складати уяву про результатами минулого, поточного та майбутнього звітного періодів); надійність, доступність, нейтральність; послідовність.

Тема 8. Менеджмент проектів.

Проект як комплекс взаємопов'язаних заходів, розроблених для досягнення певних цілей протягом заданого часу при встановлених ресурсах.

Відмінні особливості проекту: неповторність, обмеженість у часі і ресурсах, наявність мети, зміна стану.

Головні учасники проекту: ініціатор, замовник, інвестор, управляючий, контрактор.

Поняття життєвий цикл проекту". Фази проекту: оцінка потреб, розпізнання та визначення проблеми, визначення основної мети проекту і загальної стратегії, вибір задач проекту, визначення напрямків діяльності, підготовка робочого плану, розробка моніторингу та оцінки, визначення бюджету, початок діяльності, реалізація діяльності, проведення моніторингу та оцінки.

Започаткування проекту. Визначення конкретної сфери, котру охоплюватиме проект; вибір чи генерування фундаментальних ідей, котрі здатні забезпечити виконання важливих завдань розвитку; використання критеріїв SMART при формуванні завдань; визначення цілей проекту; відсів гірших варіантів і відбір кращих ідей, попередній аналіз здійсненності проекту.

Планування видів діяльності по проекту, їх відповідність цілям та задачам, спрямованість на вирішення проблеми; реалістичність видів діяльності, їх взаємозв'язок, відповідність історичним і культурним традиціям тієї місцевості, де вони реалізуватимуться.

Припущення проекту: наскільки реальні потенційні загрози в оточенні проекту?

Вимоги до планування заходів: вимірюваність з точки зору витрат зусиль, ресурсів, часу та коштів; забезпечення кінцевого продукту, встановлення строку, призначення відповідального.

Планування бюджету: оплата праці, основні прямі витрати, непрямі витрати.

Вимоги до бюджету: точність позицій, оптимальний розподіл витрат, відповідність вартості послуг загально визнаним стандартам, чітке регламентування засобів, що отримуються від донора та з інших джерел.

Моніторинг і оцінка проекту, їх подібність та відмінності.

Завершальна оцінка проекту. Етапи оцінки: постановка мети й визначення завдання і проведення оцінки; планування визначення методів та інструментів для збору інформації; підготовка звіту; повідомлення про результати оцінки.

Вимоги до написання звітів.

Література.

1. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Менеджмент неприбуткової організації. ч. 1 - Кіровоград: ЦПТІ -2003.
2. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Менеджмент неприбуткової організації. ч.2 - Кіровоград: ЦПТІ -2003.
3. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Методика надання консультативних послуг регіональним НДО. - Кіровоград: ЦПТІ, 2000.
4. Баум У. Цикл реализации проекта. - Вашингтон: Институт экономического развития банка, 1982.
5. Блоу Р.Н. Предварительная оценка проекта: практическое руководство // Материалы семинара по проведению оценки проекта. - М.: 1-15 марта, 1997.
6. Браун М. Достижения успеха в менеджменте проектов. -К.: Институт менеджменту, 1998.

7. Вундук М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. - М.: 1997
8. Дебольский Н. Психология делового общения. - М.: 1992.
9. Закон України "Про об'єднання громадян" від 16 червня 1992р.
10. Закон України "Про благодійництво та благодійні організації", 1997р.
11. Земба М. Елементи персонального управління в неурядових організаціях. - Львів: Товариство Лева, 1998.
12. Краткий психологический словарь / под. ред. А.В. Петровского. - Ростов н/Д: Феникс, 1998.
13. Курс для высшего управленческого персонала Под ред. В.И.Терещенко. - М.: Экономика, 1970.
14. Либерзон В.И. Основы управления проектами. -М.: 1997.
15. Либерман В. Основные понятия и управление проектами
16. Мексон М.Х., Алберт М., Хьядуори Ф. Основы менеджмента- М.: 1992
17. Менеджмент НПО, или просто о сложном. К: Творческий Центр Соишеграгт, 1998.
18. Настільна книга неприбуткових організацій./За ред. А.Ткачука. -К.: Інститут громадянського суспільства 2000.
19. Платонов С., Третьяк В., Черкасов В. Управленческая деятельность менеджера. - Киев: 1998.
20. Подгорный И., Трофименко Ю. Управление организацией в изменяющихся условиях. - Чернигов: Ахалар, 2000.

21. Політологія: посібник для студентів вищих навчальних закладів./Заред. О.В.Бабкіної, В.П.Горбатенка. - К.: Видавничий центр "Академія", 1999
21. Порадник для неурядових організацій. - Львів : Сподом, 1999.
22. Поплавський М.Н. Менеджер культури: підручник -К.:МП "Леся", 1996.
23. Проектний аналіз / Відп. ред. О.С.Москвін. - К.: Лібра,1998.
24. Социальный заказ в Украине: обоснование и внедрение. - Одесса: Ковчег, 2001.
25. Тренінг з написання проектів. - К.: ТЦСоишеграГ, 1998.
26. Шейнов В.П. Искусство менеджера. - Мирный: Алмазы России. Саха, 1997.
27. Шейнов В.П. Социально - психологические основы менеджмента: учебное пособие. - Мн.: Институт управления, 1997.
28. Шмидт Р. Искусство общения. -М.: 1992
29. Шостром З. Анти-Карнеги, или Человек - манипулятор. - Мн.: Полифакт, 1992.

ФАНДРЕЙЗИНГ ДЛЯ НДО.

Пояснювальна записка.

Фандрейзинг - важлива частина загальної системи професійної підготовки лідерів громадських організацій.

Курс має за мету забезпечити лідерів громадських організацій знаннями теоретичних основ пошуку матеріальних ресурсів для вирішення соціальних проблем на місцевому рівні. Цей курс покликаний закласти підвалини мислення фандрейзера, сформувати здатність осмислювати економічну ситуацію, навчити приймати ефективні рішення відносно організації співпраці з бізнесом. Необхідно забезпечити глибоке творче засвоєння тими, хто навчається, знань для того, щоб вони стали керівництвом до дії, визначали в майбутньому діяльність фандрейзерів з підвищення ефективності залучення матеріальних ресурсів для досягнення місії громадської організації.

Програма включає в себе шість тем.

В першій темі визначаються вихідні поняття фандрейзингової діяльності, суб'єкти взаємодії, закономірності процесу залучення засобів для НДО.

Друга, третя і четверта теми присвячені теорії і методиці корпоративного спонсорства. Тут розглядаються принципи взаємодії з бізнесом, психологічні механізми спонсорства а також визначається послідовність кроків по залученню ресурсів від підприємців.

У п'ятій темі розглянуто можливості використання ресурсів органів місцевого самоврядування у формі соціального замовлення.

Шоста тема розкриває послідовність роботи фандрейзера з залучення коштів від благодійних фондів.

В результаті вивчення фандрейзингу лідери громадських організацій мають оволодіти наступними вміннями:

- залучати ресурси від місцевого бізнесу та громад
- залучати бюджетні кошти через механізми соціального замовлення
- залучати кошти від благодійних організацій %
- складати заявки на отримання благодійної допомоги
- планувати фандрейзингову кампанію
- реалізовувати тактичний та стратегічний

Фандрейзинг

Тема 1. Теоретичні основи фандрейзингової діяльності

Фандрейзинг у широкому та вузькому значенні слова. Відмінність фандрейзингу від фінансового менеджменту.

Задачі фандрейзингу, їх взаємозв'язок. Роль фандрейзингу в укріпленні життєстійкості НДО. Етика фандрейзера.

Донори для громадських організацій: громадськість, державний бюджет різних рівнів, бізнес, національні й міжнародні благодійні донорські організації. Переваги та недоліки кожного з джерел фінансування. Залежність між кількістю пожертв та джерелом їх отримання.

Основні тенденції пошуку фінансових ресурсів для реалізації місії організації. Вплив результатів попередньої діяльності НДО на ефективність фандрейзингу.

Збереження незалежності НДО при отриманні фінансової допомоги ззовні. Дотримання принципу добровільності пожертв у фінансовій підтримці.

Зв'язок фандрейзингу з загальною стратегією організації. Розробка фандрейзингової програми. Корегування поточних планів з урахуванням фактору ризику.

Правила збору коштів.

Етапи діяльності НДО для отримання пожертв від фірм і приватних осіб: розробка ідеї, що викликає зацікавлення у потенційного спонсора. Визначення суми, яку необхідно залучити. Збір фандрейзингової інформації. Складання бази даних державних, комерційних і донорських організацій, що надають благодійної допомоги НДО.

Вибір методу і способу звернення до потенційного дарувальника. Універсальні методи: збір добровільних пожертв від приватних осіб; збір членських і благодійних внесків членів організації; збір грошей під час проведення різноманітних заходів (благодійні концерти, лотереї, виставки, аукціони, ярмарки, тощо); залучення засобів за допомогою інформування населення через ЗМІ шляхом поширення буклетів, розсилання листів.

Окремі методи: отримання гранту за допомогою написання проекту.

Тема 2. Корпоративне спонсорство і принципи його організації.

Визначення понять: благодійність, добродіяльність, благодіяння, пожертва, спонсор, меценат, грант, донор.

Корпоративне спонсорство як діяльність, в ході якої встановлюються відносини з прибутковим сектором, за яких бізнес-структури добровільно здійснюють підтримку НДО для реалізації її місії. Суттєві ознаки корпоративного спонсорства: підтримка у вигляді людських, фінансових та матеріальних ресурсів.

Суб'єкти корпоративного спонсорства.

Класифікація підприємницьких організацій: державно-колективне, приватне, спільне, іноземне; підприємство, об'єднання підприємств, фінансові та посередницькі інфраструктури; асоціації, корпорації, концерни; малі, середні, великі підприємства; виробничі, торговельні, фінансово-кредитні, посередницькі, науково-виробничі; місцеві, регіональні, національні, міжнародні. Правове становище підприємства (Закон України „Про підприємництво“). Можливості підприємства як суб'єкту корпоративного спонсорства. Прибуток підприємства як показник потенційних можливостей підприємства у наданні допомоги громадським організаціям. Пільги в оподаткуванні пожертв у відповідності з Законом України „Про оподаткування“ (22.05.97). Створення позитивного іміджу бізнесу в суспільстві шляхом пропаганди благодійності.

НДО як суб'єкт корпоративного спонсорства. Функції НДО відносно бізнесу. Створення НДО сприятливого середовища для розвитку підприємництва. Інфраструктурна підтримка бізнесу. Роль НДО у взаємодії з бізнесом: стимулювання бізнесу до прийняття рішення про надання допомоги з врахуванням потреб соціальної групи.

Юридичні аспекти корпоративного спонсорства. Принципи відносин між суб'єктами корпоративного спонсорства: юридична рівність суб'єктів корпоративного спонсорства; всебічна охорона прав та інтересів учасників корпоративних відносин; свобода угоди; свобода підприємницької діяльності; свобода діяльності НДО.

Ознаки правовідносин суб'єктів корпоративного спонсорства: відносини, що відбуваються між підприємством та НДО; рівне правове положення та правові обов'язки учасників корпоративного спонсорства.

Договір як підвалина виникнення зобов'язань між бізнес-структурою та НДО. Види договорів: договір дарування, договір по передачі майна підприємства, договір про спільну діяльність, безоплатний договір, роялті.

Характеристика принципів корпоративного спонсорства: добровільність, незалежність, соціальна відповідальність, відкритість. Взаємозв'язок принципів корпоративного спонсорства.

Тема 3. Етико-психологічний аспект підприємництва як передумова корпоративного спонсорства.

Етика підприємця: впевненість в корисності праці не тільки для себе, але й для суспільства; підхід до бізнесу як до привабливої творчості. Визнання необхідності конкуренції і розуміння необхідності співробітництва. Повага до будь-якої приватної власності, державної влади, громадських рухів, порядку та законів; професіоналізм; прагнення до освіти, науки, техніки, нововведень; гуманізм.

Зміст мотиваційної сфери підприємця: потреба в само актуалізації, потреба в досягненнях, мотивація успіху, мотивація страху.

Особливості меценатства в сучасній Україні. Причини, що стримують благодійництво.

Мотиваційна структура спонсорської діяльності, її вивчення за допомогою соціологічних опитувань. Вивчення досвіду залучення громадськими організаціями грошей та послуг від бізнесу.

Вирішальні фактори при прийнятті рішення про надання допомоги. Надання допомоги для покращення корпоративного іміджу. Соціальна інвестиція як надання суспільству допомоги з метою отримання в майбутньому користі від існування в суспільстві добробуту. Благодійність

як норма соціальної відповідальності за економічний, соціокультурний стан тієї сфери, в якій функціонують комерційні організації.

Види допомоги: допомога, яка базується на взаємообміні; допомога, яка не передбачає ніяких додаткових умов.

Ситуації, що впливають на прийняття рішення про допомогу: наслідування; ліміт часу; емоційний стан того, хто приймає рішення.

Залежність між особистісними особливостями і схильністю до надання допомоги: емпатичність, високий рівень самоконтролю, релігійність.

Психологічні фактори, що посилюють надання допомоги: створення умов, завдяки яким у бізнесмена виникає схвильованість за свій Я-образ; навчання моральному включенню; моделювання альтруїзму; приписування допомоги альтруїстичним мотивам.

Тема 4. *Методика діяльності НДО по залученню ресурсів у підприємця.*

Формування психологічної готовності підприємця до співпраці з громадськими організаціями.

Структурні елементи психологічної готовності: когнітивний - здатність бізнесмена сприйняти ситуацію, коли він приймає рішення про надання допомоги або при відмові. Емоційно - оцінює цей компонент установки як до діяльності НДО, так і до особи тих, хто намагається вирішити соціальні проблеми; поведінковий компонент — готовність певним чином діяти і приймати відповідальні рішення. Взаємозв'язок структурних елементів установки. Завдання формування позитивного образу НДО: формування у представників бізнесу думки про те, що організації третього сектору - реальна сила в побудові

громадянського суспільства; закріплення позитивних соціальних почуттів і настроїв різних груп населення по відношенню до НДО; вплив на ціннісні орієнтації; формування суспільної думки про діяльність НДО. Використання методів РК у формуванні психологічної готовності потенційного спонсора до співпраці з громадськими організаціями.

Аналіз внутрішніх потреб НДО. Характеристика цілей і місії організації; встановлення відповідності стратегії цілям організації; оцінка сильних та слабких сторін, способу реагування на поставлену проблему; визначення відповідності організаційної структури для оптимального виконання планових завдань; визначення збалансованості вхідних і вихідних ресурсів.

Принцип відбору джерел фінансування: які джерела фінансування є для організації потужними і хто є для НДО надійними партнерами; які з цих джерел з найбільшою ймовірністю підтримають організацію; до кого конкретно можна звернутися за фінансовою підтримкою; яку питому вагу у фінансуванні займає бізнес.

Аналіз можливостей потенційних спонсорів. Вивчення специфіки підприємництва у порівнянні з НДО, можливостей бізнесу в аспекті його співробітництва з організацією; уточнення змісту мотиваційної сфери підприємця; виявлення мотивів, що спонукають його не тільки до підприємництва, а й до благодійності; вивчення комерційного оточення своєї організації; складання бази даних потенційних і реальних спонсорів.

Постановка задач та складання фандрейзингового плану.

Методи звернення до потенційного спонсора: роздача листівок; реклама, інформаційні замітки; брошура; лист; розмова по телефону; звернення до групи з

презентацією проекту; персональна розмова. Звіт та заохочення подальшої співпраці. Аналіз результатів корпоративного спонсорства.

Тема 5. Соціальне замовлення.

Соціальне замовлення як форма залучення НДО бюджетних коштів для реалізації місцевих цільових програм.

Соціальне замовлення як соціальна взаємодія органів влади та НДО на основі підтримки конструктивної ініціативи громадян.

Історія соціального замовлення в Україні. Досвід міста Одеси в подальшому просуванні соціального замовлення.

Економічні переваги соціального замовлення. Залучення додаткових ресурсів у сфері реалізації соціальних програм за рахунок спільного державного і недержавного інвестування; максимізація ефекту і мінімізація витрат; конкурентність і конкурсність як мотиваційний принцип соціального замовлення.

Організаційні і технологічні переваги соціального замовлення: відкритість усіх процедур; жорстка контрактна взаємозалежність сторін; незалежна і об'єктивна зовнішня оцінка.

Організаційно-політичні передумови застосування соціального замовлення.

Фінансово-договірна основа соціального замовлення. Переваги договірної основи у порівнянні з кошторисно-бюджетним фінансуванням: рівність сторін, автономія волі, економічна відокремленість, свобода договору. Можливі види договорів: договір-підряд, договір поворотного надання послуг.

Програмно-цільові і конкурсні методи здійснення соціального замовлення: ініціатори постановки соціальних

проблем для вирішення програмними методами; розробка процедурної сторони договірного процесу соціального замовлення; розробка процедури конкурсного відбору претендентів; підписання договору замовником і переможцем конкурсу.

Стадії реалізації соціального замовлення: виявлення і формування соціальної проблеми цільової соціальної групи, формулювання задач по вирішенню вказаної проблеми.

Проведення конкурсу замовників соціального замовлення серед підрозділів органів влади, а також серед НДО на розробку найкращих варіантів цільової соціальної програми; укладання соціального контракту між замовником і виконавцем, попереднє фінансування і отримання в користування власності для реалізації соціальної програми; реалізація виконавчих процедур по впровадженню завдання соціального контракту; оформлення актів прийому-передачі виконаних робіт, на основі котрого виконується остаточне фінансування виконавців; моніторинг стану цільової групи.

Соціальні сфери, де доцільно використовувати соціальне замовлення. Соціальний захист населення; зайнятість населення і регулювання ринку праці; підтримка становлення і розвитку молоді; охорона природи; підтримка здорового способу життя; самоорганізація громадян за місцем проживання; охорона об'єктів культури; підтримка діяльності НДО, спрямованої на вирішення соціально значущих проблем; благоустрій населених пунктів; правова просвіта та правовий захист населення.

Тема 6. **Гранти благодійних організацій і заявки на їх отримання.**

Основні поняття: грант, грантошукач (заявник), грантодавач (спонсор, донор), проблема, ідея, проект, ціль проекту, потреба, задача, методи, ресурси.

Послідовність роботи по забезпеченню благодійної підтримки проекту: визначення основних критеріїв пошуку (статус, тематика, потрібний тип підтримки); класифікація донорських організацій; пошук інформації по донорських організаціях і визначення списку організацій, що відповідають поставленим критеріям; перше звернення до фонду; отримання інформації про вимоги до складання заявки.

Розробка проекту. Ідея проекту, її розвиток: формулювання цілей, задач проекту, заходів з його виконання, коротка анотація проекту, розробка логічної схеми проекту.

Оформлення пакету документів по проекту. Складання тексту заявки: титульний лист, короткий зміст (резюме, анотація), вступ, постановка проблеми, цілі і задачі проекту, стратегія досягнення цілей (методи і заходи), оцінка та звітність. Складання бюджету проекту. Основні бюджетні категорії: оплата праці, основні прямі витрат, непрямі витрати, подальше фінансування. Складання додаткових документів до заявки: лист-супровід, інформація про організацію-заявника, робочий план проекту, організаційна схема, список посад та посадових обов'язків персоналу, біографічні дані учасників проекту, обґрунтування необхідності закупки обладнання та інших ресурсів, рекомендації та листи підтримки.

Література.

1. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Теорія та методика корпоративного спонсорства. - Кіровоград: ЦПТІ, 2001.
2. Бізнес і благодійність. - Львів: 1992.
3. Все вирішують... гроші. -К.: „Гурт”, 1998.
4. Верхан П.Х. Предприниматель (его экономическая функция и общественно-политическая ответственность) /Пер. с нем. - М.: 1992.
5. Всевириє... співпраця.-К.: Асадетія, 2000.
6. Глосарій „Філантропія” / Укладачі: Куц С.А., Ткаченко С.А. -К.:1996.
7. Добродійність в Україні: минуле, сучасність, майбутнє -К.: Гурт, 1998.
8. Закон України „Про благодійництво та благодійні організації” (від 16.09.1997).
9. Закон України про об'єднання громадян” (від 16.02.1997).
10. Закон України про підприємництво” (від 07.02.1991).
11. Залучення фінансування з місцевих джерел. - Рівне, 1998.
12. Косинська Ю. Мудрість доброти // Перехрестя, 1999, липень-серпень.
13. Краплич Р. Концентричні круги з регіону // Вісник Фонду Євразія / інформаційний бюлетень Київського Регіонального Відділення. - 2000, № 7.
14. Ксенз Л. Справа для душі // Комп&ньюн, 2000, №2.
15. Куц С. Роль та значення філантропії в Україні // Вісник Фонду Євразія / інформаційний бюлетень Київського Регіонального Відділення. - 2000, № 7.
16. Основи економічної теорії/ За ред. С.В.Мучерного. К.: Академія, 1997.

17. Порадник для неурядових організацій. - Львів: Сполом, 1999, ТІ.
18. Програма сприяння громадським організаціям / Матеріали семінарів. - К.: Інститут демократії ім. П.Орлика, 1997.
19. Секреты гранта. - К.: УКА „Интерстандарт”, 1996.
20. Социальный заказ в Украине: обоснование и внедрение. - Одесса: Ковчег, 2001.
21. Тренінг по написанню проектов. - К.: Творческий Центр Counterpart.
22. Фандрейзинг для НДО / Під ред. Азарової Т. В., Абрамова Л.К. - Кіровоград: ЦПТІ, 2000.
23. The NSFRE Fundrasing Dictionary. - USA: 1996.

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ (РК).

Пояснювальна записка.

Своєрідність сучасного етапу розвитку українського суспільства полягає в тому, що в даний час виникає багато недержавних громадських організацій, готових брати активну участь у соціальних перетвореннях. Але, на жаль, інколи НДО відчують нерозуміння або негативне ставлення до своєї діяльності з боку влади та місцевих громад. Одна з причин цього явища - слабка поінформованість щодо намірів, планів та досягнутих результатів НДО.

Курс зв'язки з громадськістю (РК)" призначено для PR - менеджерів і є логічно пов'язаним з менеджментом НДО" та соціальним маркетингом".

Задача цієї навчальної дисципліни - ознайомити лідерів громадських організацій з теорією і технологією PR - кампаній.

До змісту курсу включено 7 тем.

У перших двох темах викладено теоретичні та методичні основи встановлення зв'язку з громадськістю для створення позитивного іміджу НДО, розкрито методику впливу організації на цільові групи, визначено функції PR - менеджера і вимоги до нього.

Третю тему присвячено розкриттю актуальних питань PR - кампанії. Вивчення цієї теми допоможе PR - менеджерам оволодіти практичними вміннями планування PR - діяльності та оптимальним вибором каналів інформації.

У четвертій та п'ятій темах розглядаються інструменти взаємодії зі ЗМІ.

Шосту тему присвячено громадському лобі.

Завершує курс знайомство PR- менеджерів з методикою підготовки і проведення презентації та інших інструментів PR.

В результаті вивчення курсу слухачі мають оволодіти наступними вміннями:

- визначати ставлення цільової групи до НДО;
- визначати можливий вплив на цільову групу з урахуванням ступеню виявлення негативної реакції;
- планувати PR- кампанію;
- обирати канали інформації;
- створювати медіа-карту;
- писати прес-релізи;
- проводити прес-конференцію;
- давати інтерв'ю на радіо та телебаченні;
- писати листи в газету;
- використовувати лобізм у якості інструменту PR;
- проводити презентацію.

Тема 1. Встановлення зв'язків з громадськістю для створення позитивного іміджу неприбуткової організації.

Паблік релейшнз як наука та мистецтво досягнення гармонії між організацією та громадськістю.

PR як заплановані тривалі зусилля, спрямовані на створення, підтримку доброзичливих стосунків та взаєморозуміння між організацією та громадськістю. Пабліситі. Єдність та взаємодоповнення пабліситі та PR.

Необхідність використання PR в діяльності організації.

Організація громадської думки з метою найуспішнішого функціонування організації та підвищення репутації.

PR як функція управління, яка сприяє встановленню та підтримці спілкування і взаємопорозуміння з громадськістю.

Основні функції PR: управління інформацією про громадську думку та надання допомоги у виробленні відповідних заходів; забезпечення діяльності керівництва в інтересах громадськості; утримання громадськості у стані готовності до різноманітних змін; використання відкритого спілкування в якості основного засобу діяльності.

Роль інформування громадськості через PR та пабліситі: розширення спектру послуг організації та клієнтської бази; залучення волонтерів для реалізації місії організації; підготовка думки тих людей, які приймають рішення про покращення іміджу організації; отримання фінансової допомоги від спонсорів для реалізації своїх цілей, програм, потреб.

Функції PR- менеджера: поширювати інформацію про організацію; збирати й зберігати всі публікації та ілюстрації ні матеріали, що стосуються організації; формувати й оновлювати бази даних ЗМІ, владних структур та головних цільових груп організації; встановлювати зворотний зв'язок з владою та громадськістю; вчасно реагувати на негативну інформацію про організацію.

Вимоги до PR- менеджера: освіченість, комунікабельність, організаторські здібності, вміння писати й редагувати текст, ораторські здібності, презентабельність.

Тема 2. Методика впливу організації на цільові групи.

Цільова аудиторія як група людей, думка яких про організацію є дуже важливою для неї.

Класифікація цільової аудиторії за різними принципами. Характеристика цільових груп.

Способи виявлення ставлення громадськості до НДО: проведення фокус-груп, анонімного анкетування, рейтингового опитування, розсилання "подвійних" листів.

Диференціація цільових груп за принципом відношення до організації: люди, котрі дотримуються негативних стереотипів; люди, які схвально оцінюють діяльність організації; люди, які індиферентно ставляться до організації.

Використання таблиці Ф. Котлера для визначення бажаного ставлення до організації.

Методи впливу на цільову групу в залежності від її ставлення до організації: показ позитивних здобутків організації, переконання негативно налаштованої групи у конструктивних і прогресивних намірах організації. Покращити думку позитивно налаштованої групи, якомога частіше залучати цих людей до своєї діяльності; інформування індиферентних груп з метою схилити їх на свій бік.

Врахування мотивації цільових груп при зміні стереотипів негативного їх ставлення до організації.

Визначення можливого впливу на цільову аудиторію з урахуванням ступеню вираженості негативної реакції (низька, середня, висока).

Загальна характеристика способів впливу на цільову аудиторію: інформування через засоби масової інформації; організація власних PR- заходів; лобювання своїх інтересів в органах влади.

Тема 3. Інформаційні особливості PR- кампанії НДО та її структура.

Стандарти PR- кампанії:

- актуальність змісту - відповідність потребам цільових груп та життєвим реаліям;
- формування довіри - акцентування уваги на тому, що організація задовольняє потреби суспільства;
- доступність - відповідність викладу рівню інтелектуального розвитку цільової групи;
- послідовність та безперервність-повторення однієї інформації в різних інтерпретаціях, постійна присутність в інформаційному полі;
- оптимальній вибір каналів інформації - використання тих каналів, до яких звикла цільова група .Проблеми PR- діяльності НДО: відсутність PR- структур та спеціалістів, обмеженість фінансових ресурсів. Шляхи вирішення цих проблем.

Стратегічний цикл PR - ідентифікація суспільної групи для організації, з'ясування ставлення суспільства до організації, визначення бажаного відношення до організації, розробка стратегії PR з оптимальним використанням ресурсів, підготовка до PR- діяльності в кризові для організації моменти, вибір інструментів PR, заходи та їх оцінка.

Планування PR- компанії: визначення проблеми; чітке формулювання мети; визначення цільової аудиторії, з'ясування її потреб, виявлення потенційних партнерів; вибір каналів комунікації, які є звичними для цільової групи; визначення і здійснення конкретних PR- заходів (публікації, передачі, прес-конференції, спільні публічні заходи тощо); оцінка результатів PR- компанії; висновки; визначення завдань на майбутнє.

Планування PRдіяльності організації: вибір заходів з визначенням орієнтовного терміну проведення заходів та осіб, відповідальних за їх виконання.

Способи взаємодії зі ЗМІ в кризовій для організації ситуації.

Тема 4. Співпраця із засобами масової інформації.

Засоби масової інформації як інструмент, за допомогою якого здійснюється взаємодія між соціально активними громадянами і суспільством в цілому. Завдання ЗМІ - виховання громадської компетенції; показ етичних цінностей громадянського суспільства шляхом інформаційного просування інтересів будь-яких соціально-значущих груп населення.

Подібність мотиваційно-цільових і змістовних компонентів діяльності журналістів і соціально-активних громадян: кінцева мета - сприяти становленню якісно нового, більш гуманістичного способу життя, задоволення потреб місцевого населення; ціннісні орієнтації - орієнтація на задоволення інформаційних, суспільних потреб, відповідальність відносно результатів діяльності, мотиваційно-цільові установки - престиж творчості; змістовні компоненти діяльності - просування інтересів різних груп територіальної громади.

Створення власної бази даних ЗМІ (медіа-карти): назва видання, радіо - чи телекомпанії, рейтинг, наклад або обсяг мовлення, телефони та адреси редакцій, імена та прізвища головних редакторів, журналістів, що спеціалізуються по відповідній тематиці, налагодження особистих формальних (офіційних) контактів.

Напрямки співпраці НДО і ЗМІ. НДО для ЗМІ: надає інформацію про свою діяльність; розшукує незалежні джерела інформації; досліджує та аналізує громадську думку та реальні дії у сфері своїх інтересів; виступає в якості незалежних експертів з актуальних питань; пише статті, веде тематичні колонки; збирає зацікавлені аудиторії для ЗМІ, захищає та підтримує журналістів в конкретних ситуаціях.

ЗМІ для НДО: поширюють інформацію та оприлюднюють матеріали громадських організацій з актуальних питань і не лише свого регіону; залучають нових членів; змінюють ставлення до організації; впливають на державну політику та законодавство; створюють сприятливий клімат для залучення коштів для НДО; допомагають у виданні та поширенні видань НДО; захищають активістів громадського сектору в конфліктних ситуаціях.

Коротка характеристика інструментів роботи НДО з окремими ЗМІ.

Співпраця зі ЗМІ на інституціональному рівні в рамках існуючих в Україні прес-клубів Українського освітнього центру реформ. Переваги такої співпраці: системність, цілісність, цілеспрямованість замість розрізненості, фрагментарності і стихійності.

Створення незалежної інформаційної інфраструктурної платформи для журналістів на базі інформаційних ресурсів Інтернет.

Досвід Інституту соціокультурного менеджменту та інших організацій по організації роботи регіонального Агентства соціальної інформації (АСІ) для поширення соціально значущої інформації.

Тема 5. Інструменти взаємодії зі ЗМІ.

Прес-реліз як повідомлення для преси, де міститься коротка інформація, котра може викликати зацікавленість громадськості і підняти престиж організації.

Структура прес-релізу.

Вимоги до нього - це відповіді на питання: Що відбувається? Коли це відбувається? Чому це відбувається?

Вимоги до основної частини прес-релізу: подання деталей у порядку їх значущості й цікавості; використання

окремого абзацу для кожної додаткової деталі; використання слів, знайомих читачеві.

Вимоги до зовнішнього оформлення прес-релізу. Спостереження за ним.

Методика підготовки і проведення прес-конференції. Визначення теми - актуальність, новизна, можливості для задоволення інтересів певної групи громадян.

Підготовка до відповідей на питання, котрі ставитимуться на прес-конференції; вивчення матеріалів інших прес-конференцій; репетиції в колі знайомих колег. Організаційна підготовка: вибір дати, підготовка приміщення, додаткових матеріалів, котрі допоможуть журналістам у написанні репортажів та повідомлень (прес-реліз, добірка нарисових матеріалів, фотографій, тощо); запрошення представників преси.

Проведення конференції: текст короткої заяви, відповіді на питання журналістів.

Технологія уникнення появи небажаних моментів: відмова від дискусії, сповільнення темпу негативних реплік. Закінчення прес-конференції-підведення підсумків, подяка доповідачам та журналістам.

Роль некомерційних організацій в наданні матеріалів журналістам для репортажів: надання інформації, що містить конкретні факти, результати досліджень; надання наочно-образної інформації; роз'яснення своєї позиції при зіткненні протилежних точок зору.

Інтерв'ю на радіо і телебаченні. Попереднє з'ясування питань: Що за програма? Чому хочуть взяти інтерв'ю у вас? Про що можуть запитати і як довго дозволять говорити? Чи буде інтерв'ю транслюватися у прямому ефірі чи в записі? Хто в організації може краще від усіх дати інтерв'ю.

Листи в газету. Приводи для написання листа: привернути увагу до проблеми, висловити підтримку чи несхвалення окремих осіб та організацій, звернутися з закликом до волонтерів, подякувати за підтримку.

Вимоги до написання листів у газети.

Тема 6. Лобіювання як інструмент PR-діяльності

Громадське лобі як коаліція НДО для низових громадських ініціатив по вирішенню проблем населення. Громадська лобістська структура: група населення громади; місцеві НДО; коаліція НДО (група інтересів); рада коаліції; лобістська група; влада.

Інструментарій лобі НДО. Зв'язки в органах влади, зв'язки у ЗМІ, каса фінансування лобістської кампанії, згуртованість та узгодженість окремих елементів лобістської структури.

Кампанія лобі НДО, її специфіка. Пріоритет механізмів РК. та просування громадських інтересів.

Структура лобістської кампанії.

Збирання та аналіз інформації для: орієнтування в ситуації, чіткого планування своїх дій, відслідковування результатів акцій, маніпулювання противником.

PR- план лобістської кампанії: загальний погляд на проблему, наміри і цілі, цільова аудиторія, ключові повідомлення, тактика компанії, витрати, контроль.

Інформаційна обробка (пропаганда). Інформаційна кампанія через Інтернет. Інтернет - лобізм як інформаційний вплив через комп'ютерні комунікації, орієнтований на певну аудиторію та покликаний реалізувати інтереси різноманітних груп через передачу хвилюючих ключових повідомлень. Отримувачі ключових повідомлень: владний об'єкт, від якого залежить прийняття рішення, тимчасові

союзники, здатні підтримувати просування конкретного інтересу. Використання методів впливу через організацію кампаній у ЗМІ.

Медіа-супровід на різних етапах лобістської кампанії: початок - репортажі з місця події з коментарями фахівця; етап розгортання - висвітлення через ЗМІ таких питань: якими можуть бути варіанти ухвалення рішення, їх переваги та недоліки, дискусії між прихильниками різних альтернативних проектів за участю преси; етап ухвалення рішення - інтерв'ю на гарячу тему, пряма трансляція; етап-післямова - висновки в пресі.

Тема 7. Використання спеціальних подій та заходів у PR- кампанії НДО.

Методика підготовки і проведення презентації. Підготовка презентації. Слухачі - професіоналізм, вік, стать; чи є серед них союзники, противники; які очікування слухачів; попередня бесіда з деякими слухачами на предмет підтримки. Визначення мети презентації (знайомство, інформування, спонукання, залучення клієнта, спонсора); яким чином слухачі мають розпорядитися інформацією (якої мети ви намагаєтесь досягти); визначення середовища та часу проведення презентації.

Методика проведення презентації. Структура. Ефективний початок - представлення і мета презентації. Зміст доповіді - твердження (головна думка), логічний доказ (статистика, факти, документи, посилання, цитати), емоційний доказ (пригода, досвід), твердження, основна ідея, завершення. Використання графічних і візуальних засобів під час презентації. Підключення слухачів (брейнстормінг, приклади порівнянь, відкриті питання). Реагування в складних ситуаціях (впевненість, парафраз, гумор, тощо).

Ефективне завершення. Повторення основної ідеї (головної думки).

Роздача письмових матеріалів. Вдячність слухачам.

Характеристика інструментів PR.: друковані матеріали (річний звіт, каталоги, бюлетені, інформаційні флайери та постери); аудіовізуальні матеріали (фільми, сайти, аудіо-відео касети); засоби створення іміджу (логотипи, канцелярія, брошури, знаки); акції (ярмарок соціальних проектів, регіональна виставка НДО, благодійні акції тощо).

Література.

1. Азаров В. Взросление нации. - Одесса: Виктория, 2001.
2. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Методика надання консультативних послуг регіональним НДО. - Кіровоград: ЦПТІ, 2000.
3. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Общественно - деловые отношения НГО. - Кировоград: ЦПТИ, 1999.
4. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Інформаційне забезпечення процесу вирішення соціальних проблем на місцевому рівні. - Кіровоград: ЦПТІ, ІСКМ, 2003.
5. Богомолів М. Чи готові ЗМІ співпрацювати із ГО? / Громадські ініціативи, №3 (13), 2002.
6. Дороти Д. Паблісити и паблік рилейшнз. - М.: 1998.
7. Романюк А. Як ставиться населення до діяльності громадських організацій. // Громадянське суспільство: досвід та філософія розвитку в сучасній Україні. / Тези доповіді. - Львів, 2002.

СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

Пояснювальна записка.

Громадські організації існують для задоволення потреб та побажань клієнта. В сучасних умовах поділу ринку послуг на численну кількість сегментів на перший план виступає не тільки завдання підвищення якості послуг, але й впливу на переконання, поведінку людей. Ось чому в діяльність громадських організацій необхідно впроваджувати соціальний маркетинг.

Вивчення курсу дозволить слухачам ознайомитися з поняттям "маркетинг", усвідомити специфіку маркетингу некомерційної організації та досягнути різниці між соціально-орієнтованим та соціальним маркетингом.

В результаті вивчення курсу соціальний маркетинг". Слухачі мають оволодіти наступними вміннями:

- визначати мету маркетингу;
- обирати позицію організації на ринку послуг;
- оцінювати маркетингову ситуацію;
- розробляти маркетинговий план.

Тема 1. Сутність та основні види маркетингу.

Поняття маркетингу у буквальному розумінні слова.

Історичні етапи розвитку маркетингу: початок 20-го століття - маркетинг як обіг товарів; 30-ті роки 20-го століття - застосування маркетингу для максимального зниження цін і затрат виробництва та отримання при цьому максимального прибутку; сучасний етап - маркетинг це система організації та керування діяльністю фірми по розробці нових видів товарів, їх виробництву та збуту на основі вивчення ринку і потреб споживачів з метою отримання прибутку, а також виникнення соціального маркетингу.

Основні види маркетингу: маркетинг, що орієнтований на продукт чи послугу та маркетинг, орієнтований на споживача в цілому або на окрему групу споживачів.

Маркетинг, орієнтований на продукт чи послугу. Умови його застосування: коли фірма виробляє абсолютно новий товар або надає нові послуги, вона приступає до формування нової галузі, що означає появу масового ринку збуту.

Маркетинг, орієнтований на споживача. Передбачає збір інформації про те, що купують окремі споживачі.

Вимоги до маркетингу: виробництво товарів та послуг має спиратися на точне знання потреб покупців і реальних можливостей фірми, підприємства, організації; забезпечення довгострокової результативності фірми; економічно-ефективна реалізація товарів та послуг на чітко визначених ринках у раніше запланованих обсягах та в попередньо визначені строки; активний вплив фірми на формування та стимулювання потреб споживачів.

Соціальний маркетинг як розробка, втілення в життя і контроль за виконанням програм, які мають за мету досягнення сприйняття цільовою (групами) соціальної ідеї, руху або

практики. Відмінність соціального маркетингу від соціально-орієнтованого маркетингу Мета соціального маркетингу - впливати на переконання, поведінку людей; мета соціально-орієнтованого маркетингу-пропагувати соціально позитивний образ товару з метою отримання прибутку від його реалізації. Структура маркетингової діяльності НДО: визначення цілей маркетингу, вибір позиції організації на ринку послуг, оцінка маркетингової ситуації, розробка маркетингового плану, реалізація плану.

Тема 2. Визначення мети маркетингу. Вибір позиції організації на ринку послуг.

Визначення мети маркетингу - перший крок у маркетинговій діяльності. Види мети маркетингу: реальні цілі, іміджеві цілі.

Реальні цілі-як уявлення, які за допомогою маркетингу приведуть організацію до конкретних результатів, що можна виміряти. Розробка реальних цілей: розробка ідеального варіанту мети та встановлення строку її досягнення; аналіз внутрішніх факторів, що впливають на мету („за та „проти“); аналіз ресурсів організації; формулювання реалістичного варіанту мети.

Іміджеві цілі як уявлення, які за допомогою прийомів маркетингу зроблять організацію відомою. Розробка іміджевих цілей: виявлення думки про організацію серед членів організації, клієнтів, громадськості; оцінка іміджу серед референтних груп (значущих для вашої організації); формулювання іміджевої мети.

Позиція організації на ринку послуг як намір відносно того, яку нішу вона заповнить на ринку послуг. Етапи вибору позиції організації: співставлення з місією організації; аналіз потреб, що задовольняються; аналіз конкурентів; визначення позиції; корекція позиції з урахуванням змін в середовищі; остаточна редакція позиції.

Тема 3. Оцінка маркетингової ситуації.

Основні кроки по оцінці маркетингової ситуації: продукт, споживач (клієнт), ціна, місцезнаходження, виробництво товару (соціальної послуги), просування товару

Оцінка продукту. Продукт як все те, що може задовольнити потребу клієнта. Види продукту: конкретна матеріальна річ, послуга, ідея. Специфіка продукту некомерційної організації: вузькість асортименту послуг, що змушує некомерційну організацію використовувати концентровану стратегію маркетингу; робота організації на неприбуткових сегментах ринку, постійне оновлення більшості видів соціальних послуг; залежність якості надання соціальної послуги від мотивації персоналу; відсутність у багатьох видах соціальних послуг стандарти* якості; широке використання ідеї в якості продукту.

Відповідність продукту очікуванням клієнтів.

Сегментація ринку. Виділення серед загальної однорідної групи клієнтів тих, які відрізнятимуться між собою за певними принципами (люди, на яких спрямовані безкоштовні послуги; люди, які купують послуги; організації, споживачі, які купують послугу). Оцінка клієнта: чи має організація потенційних клієнтів, для яких здійснює послуги; яку користь приносить ваша організація клієнтам.

Визначення ціни продукту (соціальної послуги): встановлення тарифу за послугу; дотації з різних джерел (пожертви, державне фінансування, тощо); перерозподіл прибутків від власної підприємницької діяльності.

Доступність місцезнаходження організації споживачу.

Виробництво товару (соціальної послуги): стимулювання різних форм співпраці, взаємодопомоги; можливість залучення волонтерів.

Використання різних засобів просування послуги: з метою підвищення попиту на послугу; збільшення потреби у її використанні; підвищення іміджу.

Загальна оцінка маркетингової ситуації.

Тема 4. Розробка маркетингового плану.

Необхідність розробки маркетингового плану: допомагає замислитися над концепцією; допомагає членам організації краще зрозуміти заходи організації; спрощує роботу з іншими організаціями; допомагає в отриманні фінансування.

Вимоги до складання маркетингового плану

Структура маркетингового плану: загальні положення аналіз ситуації, SWOT-аналіз, цілі маркетингу, опис проблеми, стратегія просування послуги, план-графік реалізації маркетингового плану, бюджет, моніторинг і оцінка.

Загальні положення - відображають всі основні складові плану.

Аналіз ситуації, що склалася - аналіз оточуючого середовища; постановка проблеми; опис цільової групи та оцінка її потреб; очікувані результати; характеристика організації в контексті соціального оточення.

SWOT-аналіз як засіб впливу на процес втілення кінцевого успіху програми.

Цілі маркетингу, їх зв'язок зі сферою соціального маркетингу. Конкретність цілей.

Опис програм - це опис конкретних заходів організації.

Стратегія просування продукту (послуги, ідеї, тощо), взаємодія із середовищем (внутрішнім та зовнішнім) - опис того, як організація планує досягти цілей.

План-графік реалізації маркетингового плану - опис конкретних дій, акцій по просуванню, вказання строків, відповідальних.

Бюджет як підсумок маркетингової програми з точки зору її вартості.

Моніторинг та оцінка - опис засобів фіксування змін в ситуації.

Література.

1. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Методика надання консультативних послуг регіональним НДО. - Кіровоград: ЦПТІ, 2000.
2. Все вирішує... стратегія.-К.: ГУРТ, 1998.
3. Современный маркетинг. / Под. ред. Ф.Е.Хруцкого. - М.: Финансы и статистика, 1991.

ТЕХНОЛОГІЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-МЕТОДИЧНОЇ МЕРЕЖІ ДЛЯ ГРОМАДСЬКОГО СЕКТОРУ.

Пояснювальна записка.

Даний курс адресований спеціалістам для ознайомлення їх з досвідом інформаційного забезпечення вирішення соціальних проблем за допомогою організації інформаційно-методичної мережі (ІММ) для громадянського сектору на базі закладів культури. Вивчення цього курсу дозволить слухачам здійснювати:

- о вивчення стану громадянського сектору о використання системного підходу для інформаційно-методичного забезпечення громадянського сектору о аналіз структурних елементів закладів культури та НДО для розвитку соціальної взаємодії о організацію роботи різних структур ІММ о розробку стратегії ІММ для громадянського сектору та її елементів.

Тема 1. Теоретичні основи побудови інформаційно-методичної мережі для регіональних НДО.

Інформаційно-методична мережа (ІММ) для громадянського сектору, її переваги в інформаційному забезпеченні територіальних громад.

Системний підхід до побудови ІММ: існування в просторі, часі та русі, множина незалежних структурних елементів, наявність спільної мети та координуючого центру для її досягнення.

Розвиток між секторного партнерства громадських організацій з закладами системи Міністерства культури України як основа стратегії побудови ІММ.

Національна програма "Розвиток соціальної взаємодії громадських організацій та державних закладів культури." Законодавче поле для розвитку між секторної взаємодії.

Трансформування закладів культури в напрямку, притаманному демократичному суспільству. Вітчизняний та зарубіжний досвід.

Відродження традицій філантропії та меценатства - шлях до стабілізації ресурсного забезпечення соціально-культурної сфери.

Стратегія розвитку ІММ та її структурних елементів як механізму інформаційно-методичного забезпечення соціального розвитку територіальних громад та регіонів. Досвід розвитку мереж в сфері вирішення соціальних проблем в різних країнах.

Тема 2. Заклади культури як суб'єкт соціального партнерства для створення інформаційно-методичної мережі

Партнерські відносини, як шлях підвищення ефективності інформаційного забезпечення у вирішенні соціальних проблем. Визначення мети та задач партнерства. Вивчення мотиваційно-цілових установок суб'єктів соціального партнерства. Визначення подібності змістовного компоненту діяльності НДО та закладів культури за наступними напрямками: особистісно-кадровий потенціал; матеріально-технічна база; інформаційний потенціал; організаційна складова; Визначення структури взаємних послуг суб'єктів соціального партнерства.

Тема 3. Підготовка працівників культури до інформаційно-консультативної діяльності

Методи формування у працівників закладів культури позитивного відношення до організацій громадського сектору. Методи мотиваційно-підготовчої роботи та їх характеристика. Спільне проведення заходів організаціями громадського сектору та закладів культури. Організаційна робота з працівниками закладів культури з підготовки їх до прийняття рішень щодо соціального партнерства.

Структура інформаційно-методичної мережі: о
Інформаційно-методичний центр, розташований в обласному центрі; о
Інформаційно-консультативні пункти, розташовані в малих містах та районних центрах на базі закладів культури.

Тема 4. Характеристика основних структурних елементів інформаційно-методичної мережі

Механізм інформаційно-методичного забезпечення соціального розвитку територіальних громад та регіонів. Сфера творчих напрацювань. Донори. Експериментальні площадки. Інформаційні джерела. Сфера впровадження досвіду і інформаційного обміну. Соціальна лабораторія. Механізми інформаційного обміну. Взаємодія соціальної лабораторії з існуючими інфраструктурами на національному рівні: розробка та впровадження соціальних технологій, розвиток інформаційного обміну суб'єктів суспільного життя через ЗМІ та Інтернет, створення стабільної системи підготовки кадрів, розвиток ресурсної бази. Взаємодія та функціональні зв'язки соціальної лабораторії з інфраструктурами на регіональному рівні.

Агентство соціальної інформації. Розвиток взаємодії з професійними об'єднаннями журналістів (прес-клубами) в напрямку інформаційного забезпечення процесу рішення соціальних проблем на місцевому рівні. Розвиток незалежного інформаційного обміну НДО та громадськості через ЗМІ, використовуючи можливості Інтернет. Інтернет - Інтранет платформи ВРЦ.

Національна інформаційно-методична мережа для НДО на базі закладів культури. Кабінет технологій між секторного партнерства. Державна агенція з розвитку технологій соціального партнерства.

Інститут соціокультурного менеджменту. Розвиток методичної бази, реалізація освітніх програм для суб'єктів системи.

Експериментальні площадки. Демонстраційні моделі (інформаційно-консультативний пункт, центр громадської активності, тощо)

Регіональний інформаційно-методичний центр, що організує процес інформаційно-методичного забезпечення територіальних громад. Функції РІМЦ: організаційна, координаційна, сервісна, інформаційно-консультативна, навчальна.

Інформаційно-консультативний пункт в малих містах та райцентрах та його характеристика. Цілі і задачі ІКП. Характеристика послуг. Клієнтські групи, через які здійснюється вплив на місцеві громади.

Література.

1. Хронологія громадської активності. // НДО - Інформ, 2002, №11
2. Азаров В. Взросление нации. - Одесса: Ковчег, 2001, с. 68

3. М. Дейчаковський, О.Сідоренко, Є. Н.Ясько. Розвиток організацій третього сектор в Україні// У Кн.: Третій сектор в Україні та організації, що розбудовують його інфраструктуру.-К.: 1997;
4. Ресурсний центр як каталізатор процесу між секторного партнерства.// Під ред. Азарової Т.В., Абрамова Л.К.-Кіровоград: 1999;
5. Виявлення рівня інформаційного впливу НДО на соціальне оточення. // НДО - Інформ, 2000, №3,4 та ін.
7. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Інформаційне забезпечення процесу рішення соціальних проблем на місцевому рівні - Кіровоград: 2003.
8. Стратегический план ЦПТИ на 2003-2005гг. - Кіровоград: 2002.
9. Азарова Т.В., Абрамов Л.К. Технологія розвитку інформаційно-методичної мережі для громадського сектору на регіональному рівні. - Кіровоград: ЦПТИ, 2004.

Додатки

Інформація про Фонд Євразія

З 1993 року, з часу свого заснування, приватний Фонд Євразія за підтримки Агентства США з Міжнародного Розвитку надав понад 6500 грантів у 12 країнах колишнього Радянського Союзу. Фонд надає недержавним організаціям малі гранти, які дають змогу швидко і гнучко реагувати на потреби організацій у СНД.

Фонд є однією з найбільших донорських організацій у регіоні, адже з часу заснування він надав у грантах недержавним організаціям понад 130 мільйонів доларів США. Штат Фонду - це 250 досвідчених грант-менеджерів та експертів з проведення моніторингу та оцінки проектів. Команда Фонду готує різнопланових фахівців, яких, зазвичай, можна знайти лише у великих міжнародних інституціях.

Окрім власних грантових програм, Фонд Євразія адмініструє проекти, які об'єднують зусилля різних організацій і дають змогу якнайефективніше досягати поставлених перед Фондом цілей. За 10 років роботи детально вивчено, як найкраще готувати і адмініструвати конкурси грантів; проводити всебічний прискіпливий аналіз сфери, в якій реалізуються підтримані Фондом проекти; відстежувати реалізацію проектів; проводити моніторинг результатів підтриманих Фондом проектів; робити оцінку впливовості реалізованих грантових програм; готувати вчасні звіти партнерським організаціям;

доносити інформацію про грантову діяльність Фонду до найширших зацікавлених кіл громадськості.

Київський регіональний офіс Фонду Євразія працює на території України, Молдови, Білорусі. Він розпочав свою діяльність у регіоні в 1994 році. З цього часу регіональним офісом було підтримано сотні недержавних організацій.

На сьогодні регіональним офісом надано грантів на суму понад 13 мільйонів доларів США, започатковано Кредитну програму для підтримки малого бізнесу, засновано при Києво-Могилянській академії Консорціум економічних досліджень і освіти.

Програмні напрямки Фонду Євразія

- **Розвиток приватного підприємництва.**
 - підвищення ефективності підприємництва;
 - збільшення доступу до капіталу для малого бізнесу;
 - зменшення юридичних і регулюючих перешкод на шляху до його розвитку.
- **Державне управління і політика.**
 - Підвищення кваліфікації державних службовців;
 - поліпшення фінансового управління в місцевих органах влади;
 - створення юридичних умов, які сприяють ефективній роботі органів влади.
- **Громадянське суспільство.**

Підвищення ефективності та стабільності місцевих громадських організацій та засобів масової інформації, зменшення перешкод на шляху розвитку ГО і ЗМІ.

Грантова діяльність

Київський регіональний офіс дотримується гнучкої політики у підтримці неприбуткових організацій. Більша частина грантів надається за системою «відкритих дверей». Інакше кажучи - це поза конкурсні проектні заявки, які розглядаються по мірі їх надходження до Фонду.

Фонд зацікавлений у зміцненні співпраці між місцевими та регіональними неприбутковими організаціями та відповідними місцевими чи регіональними органами влади. Адже для державних службовців важливо зрозуміти можливості неприбуткових організацій і те, як у партнерстві з ними можна сприяти економічному та соціальному розвитку громади.

Адреса офісу: Вул. Богдана Хмельницького, 55,6-й поверх, м. Київ, 01054, Україна
Тел./факс: (044)2469961, 2382696
Е-пошта: eurasia@eurasi.kiev.ua
Веб-сайт: www.eurasia.kiev.ua

Інформація про Центр підтримки творчих ініціатив.

Центр підтримки творчих ініціатив (ЦПТІ) - міжрегіональна, неприбуткова, неполітична, нерелігійна громадська організація.

Свою місію ЦПТІ вбачає у сприянні активізації громадян України в напрямку вирішення соціальних проблем шляхом підтримки розвитку громадського сектору. Для оптимізації процесу досягнення цієї мети використовуються механізми між секторного партнерства, передусім, з регіональними державними закладами культури, які стали стратегічним партнером організації. Зазначена взаємодія формалізована у відповідних угодах між ЦПТІ та Міністерством культури і мистецтв України. З 1999 року реалізується спільна Програма «Розвиток між секторної взаємодії громадських організацій та державних закладів культури», в рамках якої створено інформаційно-методичну мережу (ІММ) для НДО Кіровоградської області на базі державних закладів культури та засновано Кабінет технологій між секторної взаємодії при Міністерстві культури і мистецтв України. Зараз Програма поширює свою діяльність на інші регіони завдяки підтримці та зацікавленості з боку регіональних закладів культури, Міністерства культури і мистецтв України та регіональних НДО. ЦПТІ став методичним центром підтримки розвитку соціальної активності громадян шляхом інформаційно-освітньої підтримки НДО та створення умов для впровадження ефективних моделей соціального партнерства.

Причому, зазначена функція організації характеризується зараз якісно новою сутністю, а саме, ЦПТІ не тільки розробляє та впроваджує моделі соціального партнерства, а й досягає того, щоб їх взяли на озброєння інші НДО, тобто, досягає кумулятивного ефекту від своєї діяльності.

Діяльність ЦПТІ здійснюється за наступними основними напрямками:

- o Реалізація освітніх програм, проведення тренінгів, семінарів;
- o Консультування;
- o Технічні послуги;
- o Розробка та видання навчально-методичної, довідникової літератури;
- o Дослідження місця і ролі громадських організацій в суспільстві;
- o Розробка та впровадження моделі між секторної взаємодії НДО та державних закладів культури;
- o Використання можливостей мережі Інтернет для активізації процесів партнерства НДО, бізнесу, влади та ЗМІ.

ЦПТІ є членом **Ліги Ресурсних Центрив України** - об'єднання в якому згуртувались громадські організації, що професійно займаються розвитком третього сектору України. Це означає, що ЦПТІ надає своїм клієнтам повний пакет послуг, характерних для ресурсного центру для НДО. Але одночасно організації притаманні певні риси, які надають їй неповторного обличчя, а саме, створення системи інформаційно-методичного забезпечення потреб регіональних НДО, яка спирається на існуючі інфраструктури Міністерства культури і мистецтв України.

Діяльність ЦПТІ підтримується або підтримувалась **Фондом Євразія, П8АІБ, Фондом Ч.С. Мотта, Міжнародним Фондом «Відродження», Програмою Трансатлантичної Ініціативи ЄС-США, ГО «Європейський Діалог», ОРГО, САР, Міністерством культури і мистецтв України.**

Важливим елементом фінансової сталості організації є добровільні пожертви з боку **комерційних структур та громадян.** Неоціненну допомогу ЦПТТ надають волонтери - консультанти **ІММ** при державних закладах культури регіону.

Адреса для листування: ЦПТІ, а/с 4/30, М.Кіровоград,
25006, Україна
Телефон: (0522)300312
Факс: (0522)351576
rc@cpti.kr.ua
Ел. пошта: cisc@ngo.org.ua
WWW.NGO.ORG.UA
Веб - ресурси: WWW.PRESSCAT.ORG.UA
www.soclab.org.ua
Керівник: Станкевич Л.О.

Контактна інформація
Центру підтримки творчих ініціатив

Для листів: ЦПТІ, а/с 4/30,
м.Кіровоград,
25006, Україна
Телефон: (0522)300312
Факс: (0522) 351576
Е-пошта: rc@cpti.kr.ua
cisc@ngo.org.ua
Веб-ресурси: www.ngo.org.ua
www.soclab.org.ua
www.presscat.org.ua
Керівник: Станкевич Л.О.