

Неприбуткова спілка громадської
мережі Веспремської області

«Співпраця громадських організацій з органами влади»

Матеріали семінару були розроблені в
рамках проекту «Громадський міст
Вишеграду для України» за фінансової
підтримки Міжнародного Вишеградського
Фонду

Ендре Варга, Жужанна Гуді



День 1

Спільні кроки, спільний шлях

10 років тому, вперше взяли участь у проведенні транскордонного навчання. Темою виступу було «Спільні кроки, спільний шлях». Концепція: життя та діяльність громадської організації подібні до такої подорожі, під час якої можна зустрітись з багатьма партнерами, з якими підемо далі або довго- або короткостроково, проте разом. Хто з них стане нашими партнерами під час організації другої подорожі, хто надасть нам допомогу або кому ми її надамо - це все залежить від багатьох факторів.

Фактом являється лише те, що існування громадської організації це такий вид подорожі, де відбувається багато зустрічей.

Досвід показує, що до зустрічі треба належно підготуватися та чітко все спланувати.

Мета першого дня навчання – ознайомитися з стратегічним плануванням, стратегічним мисленням, подумати над темами, як вони можуть допомогти формуванню співпраці між громадськими організаціями та владою. Якщо не вдасться підготувати стратегічного плану, просто обміркуємо над тим, що є важливе задля життя та діяльності громадських організацій. Необхідно, щоб учасники побачили, на скільки важливим є дослідження зовнішнього середовища.

Завдання:

-Оцінка зовнішнього середовища;

(Які суспільні явища та зміни надають вплив на діяльність громадських організацій. Фактори, які впливають на громадські організації - що робити, що можемо змінити?)

-Аналіз стану: СТЕП- аналіз

(Як реагують громадські організації до зміни зовнішнього середовища, до суспільних явищ? - До чого вони повинні адаптувати свою професійну діяльність)

-Визначення проблеми

(Стратегічне мислення, про-активність)

Що про нас думають органи влади та підприємства?

Що ми думаємо про місцевого самоврядування?

Що ми думаємо про підприємства?

Методи роботи:

brainstorming, розробка СТЕП-аналізу, обговорення в групах

Кожна громадська організація вже під час її створення, і також декілька разів під час діяльності (наприклад, у плануванні проектів, у перетворенні організації, у виникненні різних проблем) починає процес стратегічного планування за різними методами!

Без стратегічного планування не існують успішні проекти, успішне співробітництво, не будується партнерство.



Стратегічне планування – це формування довгострокових планів для громадської організації. Під час стратегічного планування аналізуємо зовнішні та внутрішні здатності нашої організації задля виконання довгострокової мети.

Перший крок аналізу – це дослідження зовнішнього середовища. Всі фактори важливі, які впливають на діяльність нашої організації. Зовнішніх факторів ми змінити не зможемо, але адаптуватися до них нам можливо та потрібно. Саме тому важливе проведення дослідження.

Дивлячись на процес розробки стратегії, впливає перше завдання стратегічного мислення - досліджувати **ЩО ВІДБУВАЄТЬСЯ ПОРУЧ З НАМИ.**

Можливі типи середовища

	Стабільне чи повільно змінне середовище	Швидкозмінне середовище
Просте середовище складене з декількох елементів	СТАБІЛЬНЕ Передбачене майбутнє без сюрпризів	ДИНАМІЧНЕ Майбутнє складно передбачити, часто треба досліджувати середовище
Складне середовище з багатьма елементами	КОМПЛЕКСНЕ Майбутнє складно передбачити, тому що багато, попередньо невідомих факторів впливають на громадську організацію	ТУРБУЛЕНТНЕ Майбутнє передбачити фактично неможливо, рівень ризиків значний

СТЕП- аналіз

Мета СТЕП аналізу - визначення найважливіших факторів впливаючи на діяльність. СТЕП - це скорочення англійських слів і означає аналіз соціально-культурних, технічних, економічних та політичних трендів. Метод спрямований на ті фактори, які значно впливають на нашу діяльність або програму, але не можуть змінити її.

Під час СТЕП аналізу визначаємо чотири категорії/тенденції/проблеми, які впливають на діяльність організації:

- Суспільні (Sociological),
- Технологічні (Technological),
- Економічні (Economic),
- Політичні (Political) фактори.

Під час СТЕП аналізу шукаємо відповіді на такі питання, як:

- Які процеси здійснюються у середовищі?
- Що чекати в майбутньому?
- Ті суспільні процеси, який впливають на нашу організацію?

СТЕП аналіз дієвий в тому випадку, коли відкриває реальні процеси нашого суспільства, лише тоді побачимо реальні потреби, на чому можемо базувати нашу діяльність.



Можливі точки зору STEP аналізу:

- Суспільні
 - Демографічні зміни
 - Питання мобільності суспільства
 - Шари суспільства
 - Рівень розгортання громадського суспільства
- Технологічні
 - Рівень спрямованих ресурсів на інновацію, дослідження та розвиток
 - Наскільки розширене користування сучасною технологією
 - Темпи технологічного розвитку
 - Наскільки можливо передбачити технологічні зміни
- Економічні
 - Економічна система, економічні рамки
 - Основні економічні показники (безробіття, інфляція, тощо)
 - Економічна стабільність, численність ринку
- Політичні
 - Політична система держави
 - Які політичні цінності рахують партії
 - Доказані політичні інтереси партії
 - Баланс сили між місцевими та центральними рівнями влади

На сьогодні від STEP аналізу є ще й сучасніший метод STEEPLE аналіз, куди включені також дослідження і охорони навколишнього природного середовища (Environment), навчання тобто людських ресурсів (Education), та юридичного середовища (Legal).

Процес розробки стратегії з точки зору стратегічного мислення:

1. Що відбувається навколо нас?
2. Де ми тепер?
3. Які плани маємо на майбутнє?
4. Яким чином плануємо це виконати? (розробка стратегії)





Стратегічне планування - це розробка довгострокових планів на майбутнє для організації. Під час стратегічного планування аналізуємо існуючі проблеми, враховуючи всі зовнішні та внутрішні здатності нашої організації.

Основні принципи

- Планувати треба лиш у тому випадку, коли ми впевнені у необхідності
- Вихідним пунктом завжди мають бути цілі, а не можливості. Мріяти можна і потрібно. Узгодження цілей та можливостей буде наступним кроком.
- Недоліки все рахуються основою оновлення та розвитку
- Планування та оцінка існують разом

Чим важливе стратегічне планування?

- Чітко визначена мета на майбутнє, дає внутрішню силу та мотивує нас на досягнення цілей
- Перевантажені працівники знову можуть знайти основні цілі та користь від діяльності
- Розробка спільних цілей та цінності допоможуть швидше вирішувати організаційні проблем
- Надає стабільну основу для приймання рішень.
- Участь у процесі планування розвиває спільноту.
- Допоможе зберегти самостійність: виконуємо власні мети і не адаптуємося до середовища.
- Розумно складений план допоможе виконувати роботу більш успішно.

Кроки стратегічного планування

1. Визначення мети на майбутнє
2. Дослідження внутрішніх факторів та зовнішнього середовища організації.
3. Аналіз проблем.
4. Визначення цілей на рівні проекту та їхнє логічне-періодичне облаштування.
5. Розробка методи оцінки.

Написаний стратегічний план являється дуже важливим документом, але процес написання ще важливіший задля розвитку організації.

День 2

ЧИ ЗНАЄМО ХТО МИ, ЧИ ЗНАЮТЬ ПРО НАС ІНШІ

Метод: Обговорення теми у групах, практика:

- Хто ми, що чекати можемо? – Знаємо хто ми?
- аналіз стану: SWOT аналіз громадського сектору.
 - o Обговорення теми у групах: Можливості – небезпеки



- Чи існує партнерська співпраця між громадськими організаціями? Коли так, то у якій формі. Які думки: що працює відмінно, що погано?
 - o Обговорення тем у групах: У кого яка думка про співпрацю громадських організацій?

МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЯ

Що визначає неприбутковий маркетинг

- Кожна організація виконує маркетингову діяльність
- Пропозиції неприбуткових організацій зустрінуться з учасниками, меценатами, волонтерами і ЗМІ різних програм та пропонованих послуг
- Через успішну маркетингову стратегію громадська організація стане здатною чітко визначати цільової групі діяльності, їхні потреби та методи задоволення.

Чому важлива є для громадської організації маркетингова комунікація – як нас бачать?

- Громадські організації створені на основі внутрішніх інтересів групи
- Спрямовані на задоволення потреби цільової групи
- Все сильніший конкурс між організаціями за ресурсами та за наявними клієнтами
- Відповідний маркетинг допоможе швидше знайти одне одного клієнтів та меценатів
- Маркетинг не засіб, а мета.

Маркетингове планування

Маркетингове планування - це не одноразовий процес. Про кожне нове виконаних планів постійно треба збирати інформацію. Вони стануть основою майбутніх планів. Саме тому дуже важливим є збір інформації.

Під час маркетингового планування треба мати на увазі:

- Звідки та куди хочемо добиратися
- Які засоби та методи використовуємо задля досягнення наших цілей
- Що хочемо розказувати? Кому?
- Яку стратегію вибираємо проти наших конкурентів
- Які кроки маємо зробити для досягнення наших цілей.

Кроки маркетингового планування:

1. Визначення цільової групи
2. Оцінка потреб
3. Визначення маркетингових цілей
4. Рішення про відношення до конкурсу
5. Планування засобів маркетингу (продукт, ціна, реклама)
6. Виконання



7. Оцінка

1. Визначення цільової групи

- Маркетингова діяльність організації спрямована на 3 цільові групи:
 - o Меценати, клієнти, волонтери
- Ми успішні, коли у нас такі програми, які задовольняють потреби всіх трьох цільових груп
- Для того, щоб визначити потреби цільових груп, треба визначити їхні властивості.
- Помилкове визначення потреб цільових груп доведе до розробки непотрібних програм та послуг.
- Під час визначення цільових груп маємо звертати увагу на наступне:
 - o демографію (вік, стан)
 - o географію (місто, село)
 - o суспільство (освіта, релігія, місце роботи)
 - o психологію (зацікавленість, хобі)

2. Оцінка потреб

Визначимо що хочемо дізнатись, на які питання хочемо дістати відповідь

- Які потреби цільової групи (анкетування, інтерв'ю, співбесіда)
- Зібрання всіх інформацій:
 - o Чи існують ще десь подібні послуги?
 - o Вони успішні?
 - o Чи існують до даної теми якісь дослідження, статистична інформація?
 - o Скільки організацій працюють над такою темою?

3. Визначення маркетингових цілей

Визначення маркетингових цілей складається з трьох частин. Треба визначити наступне :

- Термін: через який термін хочемо досягнути нашої цілі?
- Якість: яке покращення несе в собі програма у відсотках (%)
- Визначення ідеальної мети, повного успіху,
 - o та мінімальної мети, чого хочемо досягнути .
- Кількість: визначити все, що можна виміряти у цифрах:
 - o як багато людей ми хочемо залучити ?
 - o скільки дерев хочемо посадити ?
 - o як багато людей має відвідувати наші консультації?

4. Рішення про відношення до конкурсу

Конкурс, адже, навіть, у неприбуткової сфери є свої позитиви, бо надає можливість клієнтам вибору.

- Конкурс потребує постійного розвитку та звертання уваги
- Коли новий конкурент поступає на ринок, перед нами чотири можливості:



- *Виходити зі ситуації*, більше не надавати такі види послуг
 - *Взяти участь у конкурсі*, проведемо рекламні кампанії, привабимо клієнтів з різними маркетинговими засобами
 - *Зробити специфікацію*, звузити коло цільової групи
 - *Пробуємо співпрацювати* - додаючи ресурси, дістанемо більшого успіху.
- Вихідна перевірити всі переваги та перешкоди, всіх можливостей. ..

5. Планування засобів маркетингу

- **Продукт (Product)**: товари, програми, послуги чим задовольняємо потреби.
- **Ціна (Price)**: фінансова або натуральна оплата, що ми просимо в обмін
- **Розподіл (Place)**: маршрут чи спосіб, через який наші послуги дойдуть до клієнтів.
- **Реклама (Promotion)** – маркетингова комунікація: процес, через який інформуємо клієнтів про наші продукти, послуги, чим їх переконуємо.

6. Виконання

- Виконання та оцінка є основою наступного планування.
- Дослідження на скільки підійшла учасникам програма, ціна, дата проведення, реклама.
- Успішні засоби можемо використовувати, варіювати.
- Замість того, що не було успішним треба вибирати щось нове.

7. Оцінка

- Умови успіху програми.
- Маємо базуватися на факти, дані яких можемо позбирати
- На основі опитування потреб, пізнаємо, що нам вигідно зробити.

Маркетингова комунікація:

Планування повідомлення:

- **Зміст повідомлення: ЩО** має казати? – Що хочемо висловлювати
- **Структура повідомлення: ЯК** то має висловлюватися?
- **Форма повідомлення: через** який канал– як має відображатися?
- **Джерело повідомлення:** де, через кого має з'явитися?

Зв'язки зі ЗМІ

Мета зв'язків зі ЗМІ :

- Важливе, щоб знайомство зі ЗМІ завчасно було організовано, та відносилося до загальної мети організації позитивно
- Двостороння комунікація:
 - o організація надає інформацію для ЗМІ
 - o ЗМІ публікує отриману інформацію

Засоби співпраці зі ЗМІ:

- Запрошення для ЗМІ



- Прес-реліз: професійно написаний нами, його відсилаємо для працівників ЗМІ. Хто-що-чому-де-коли? Не важливо всім відправляти, але написати треба за вимогами редактора та читачів. Користуємося цим, коли працівники ЗМІ не можуть бути присутніми на наших подіях або коли не організовується прес-конференція. Через прес-реліз ми можемо висловлювати наші думки, які можуть бути позитивними та негативними також.
- Прес-мапа: аксесуар прес конференцій, в якому покладена вся необхідна інформація про захід. Це може бути програма, інформація про діяльність організації, статистичні дані, вісник, візитка, подарунок (ручка, блокнот). Журналісти мапу можуть брати собою, та користуватися матеріалами і в майбутньому.
- Прес-фото.

Комунікація у практиці

«Практика акваріум» - комунікація з керівниками міст

- Завдання пов'язане з питаннями співпраці, суперництвом, вербальною та невербальною комунікацією.
- Половина групи являються учасниками, а половина спостерігачами.
- 3-4 особи стоять у середині та демонструють ситуацію, коли громадські діячі пробують домовлятися з владою на не дуже зручну тему з керівництвом. Решта учасників мовчки спостерігають, ні слова не кажучи, до завершення діалогу.
- На завершення всі розказують на скільки, це все було корисним, було чи ні тяжко мовчати, яке враження склалося в учасників, щоб перед іншими треба було їм «виступити» тощо.

День 3

ЗАГАЛЬНЕ ПРО ПАРТНЕРСТВО

Загальне про партнерство

Партнерство - це такий формальний зв'язок між особами та групами, де учасники про вимоги та обов'язки попередньо домовляються, важливий елемент ділитися між собою з прибутками та ризиками, зв'язок створений для виконання конкретного завдання.

Мета партнерства

Партнерство – це засіб для виконання мети. У дефініціях показано, що створюється для виконання конкретної спільної мети. Яка мета може бути спільною?

- розробка стратегії розвитку конкретної території або галузі, подальший розвиток та постійний моніторинг. Для виконання такої мети необхідне залучення широкого кола партнерів.
- посилення результативність виконання через залучення всіх організацій, які важливу роль відіграють у виконанні програми. Це надає збільшену гармонію співпраці.



- забезпечення публічності, для пізнання що саме для території та населення потрібне. Залучені до виконання місцеві партнери краще знають свої потреби, ефективніше можуть діяти.
- додаткова мета може ще бути посилення розвитку місцевих здібностей через залучення та активну співпрацю партнерів.

Вимоги ефективності

- взаємний та постійний обмін інформацією
- співпраця у підготовці рішення, не беручи до уваги, лише власні інтереси
- рівномірно та зі взаємною довірою брати участь у плануванні та реалізації мети.

Перешкоди на шляху до ефективності

- не визначена відповідальність (партнери показують один одному, коли щось не так відбувається, як було у попередніх планах)
- не чіткий процес приймання рішення, недосконала передача потрібних інформацій щодо використання ресурсів
- конфлікти, відсутність знання мови та культури, посадових обов'язків
- занадто велика увага приділяється на виконання та на бюрократію, тим самим забувається про кінцевих користувачів наших послуг
- домінування лише одного професійного підходу

Перешкоди у партнерстві:

- не чітко визначена відповідальність
- мало є конкретних процесів приймання рішення
- недосконала передача потрібних інформацій
- юрисдикційні конфлікти
- відсутність знання мови та культури
- занадто велика увага приділяється на виконання та на бюрократію, тим самим забувається про кінцевих користувачів наших послуг
- домінування лише одного професійного підходу

Під час вибрання партнерів варто звертати увагу на наступне:

- хто працює ефективно у даній галузі або на даній території
- чи вже існують потенційні партнери
- чи існують вже такі проекти або програми до яких можна приєднати нашу мету, чи зможемо з ними співпрацювати
- якими можуть бути наші партнери, чи існує якісь критерії у виборі
- на скільки допоможуть організовані робочі зустрічі або інформаційні дні у пошуку партнерів
- чи можемо себе зареєструвати до існуючої бази даних щодо пошуку партнерів
- маємо мати на увазі, що залучення більше ніж 7-8 партнерів значно збільшить ризик співробітництва
- треба вибрати таких партнерів, яких рівномірно можна навантажити



Вимоги ефективності партнерства:

- взаємний та постійний обмін інформацією
- співпраця у підготовці рішення, не дивлячись лише на власний інтерес
- рівно та з взаємної довіри брати участь у планування та реалізації мети.

Шляхи будування партнерства:

- I. Підготовка:
 - a. конкретне визначення завдання
 - b. конкретне визначення потрібних ресурсів та професійності
 - c. ототожнення потенційних партнерів (професійність, здібність, сумісність, стабільність...)
 - d. висвітлення перед партнерами наші вимоги та пропозиції
- II. Переговори:
 - a. пошук потенційних партнерів з конкретними пропозиціями
 - b. вибір партнерів
 - c. розробка плану роботи, завершення проектної документації, підписання документів
- III. Завершення :
 - a. постійна підтримка зв'язків до початку проекту

Вимоги до успішності у партнерстві:

- Постійність – співпраця та обговорення постійне залежно від аналізу ситуацій, через розробку стратегії до фінальної частини проекту
- Зворотний зв'язок - постійний діалог між партнерами про зауваження та рекомендації
- Прозорість - суспільний діалог відбувається зі залученням ЗМІ та Інтернету для повної публічності діяльності
- Рівність умов – чоловіки та жінки рівно беруть участь у повному процесі проекту
- Координація – участь суспільства відбувається координовано, приймання рекомендацій проводиться за участю всіх партнерів та за попередньою домовленою системою аспектів.

Основні правила здійснення та підтримування партнерства:

- щире визначення проблем та спільне обговорення
- швидке вирішення визначеної проблеми
- йти на компроміс для того, щоб досягти угоди
- спільне рішення проблем (допоможе створити довіру)
- кожна проблема спільна, не можна на проблему дивити так, немов вона відноситься лиш до однієї особи



Питання перед формування партнерських відносин:

- Яка мета партнерства?
- Яку додаткову вартість виробляє?
- Як можемо визначити успіх?
- Яким чином партнери йдуть до здійснення цілей?
- Що має бути основою членства у партнерстві?
- Як відбувається приймання рішення у партнерстві?
- Які найголовніші сектори та як до них відноситися?
- Які основні принципи та правила керують співпрацю?
- Як ділимо відповідальність у партнерстві?
- Коли і як відбувається оцінка досягнення?
- Як фінансувати співпрацю?
- Як вирішуються суперечки?
- Якою інформацією треба ділитися та яким методом це треба зробити?

ДІЯЛЬНІСТЬ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УГОРЩИНІ

Згідно закону на території Угорщини для виконання місцевих суспільних дій працює місцева влада - місцеве самоврядування. Діяльність забезпечує **Закон Угорщини № 189 «Про місцеве самоврядування»**. Дефініція: місцеве самоврядування - це право населеного пункту та виборців області, через який здійснюється цивільна відповідальність, розкривається творче співробітництво у місцевому суспільстві.

Місцеве самоврядування під час виконання обов'язків:

- підтримує самоорганізацію спільноти населення
- співпрацює з цими спільнотами
- забезпечує участь громадянам у місцевих громадських справах
- зміцнює здатність самозбереження населеного пункту
- відкриває можливості населеного пункту та використовує власні ресурси.

Система місцевого самоврядування, відносини один до одного, коло завдання та впливу

- Територія Угорщини ділиться на: **столицю, області, міста та населені пункти. Столиця в свою чергу ділиться на райони, міста - самі можуть формувати райони.** У системі місцевого самоврядування права у всіх однакові, але різні види місцевого самоврядування можуть мати різні зобов'язання. У порівнянні з територіальним розподілом країни, органи місцевого самоврядування знаходяться на територіальному і місцевому рівнях.
- До місцевого рівня відносяться сільські і міські ради, міські ради міста обласного підпорядкування. До територіального рівня відноситься обласна рада. Столиця має особистий розподіл: на території одного міста (Будапешт) співпрацюють 23 самостійні ради.. Інші види: місцеве самоврядування нацменшини та спілка місцевих самоврядувань (спеціальна форма об'єднання сіл з населенням менше ніж 1000 осіб).



Органи місцевого самоврядування

Виконання обов'язків місцевого самоврядування забезпечує депутатський корпус та його органи.

Органи депутатського корпусу:

- мер, мер столиці, голова загальних зборів
- комісії депутатського корпусу
- корпус частини місцевого самоврядування,
- мерія, обласна рада
- нотаріус
- спілка.

Завдання:

- міський розвиток, містобудування
- експлуатація (створення та утримання цвинтаря, ремонт місцевих доріг, забезпечення вуличного освітлення, створення та утримання суспільних парків, забезпечення місця для паркування машин на території населеного пункту).
- надавати назви для вулиць, площі та власним суспільним будівлям
- забезпечення медичного обслуговування, послуги щодо здорового способу життя
- охорона природи (чистота, дезінсекція, тощо)
- дошкільне навчання
- культурні послуги, забезпечення бібліотек, кіно, підтримка культурних колективів, охорона культурної спадщини
- забезпечення місцевого транспорту
- збір сміття
- соціальні послуги
- реабілітація та догляд бездомних людей села
- охорона навколишнього природного середовища, водне господарство
- захист населення, стихійні лиха, місцева громадська зайнятість
- завдання пов'язані з місцевими податками, місцевим туризмом
- забезпечення місця для торгівлі своїми продуктами місцевим виробникам, організація ярмарків на кінець тижня
- спортивні та юнацькі справи
- справи нацменшин
- забезпечення безпеки
- опалення
- водопостачання

Комунікація місцевого самоврядування

На території Угорщини декілька населених пунктів мають комунікаційну стратегію.



Важливо побудувати такий інформаційний канал між місцевим самоврядуванням та населенням, через який швидко та постійно можна відіслати всім сучасну та актуальну інформацію.

Основна функція місцевого самоврядування – це організація повсякденного життя місцевого суспільства. Виконання функції лише тоді ефективне, коли особисті прагнення суспільства та прагнення мерії якнайбільше співпадають. Додаткова функція мерії крім того, ще й соціальна відповідальність та участь у соціальній комунікації, розкриття публічної інформації.

Для виконання вище наведених пунктів, треба щоб депутатський корпус знав бажання населення, і вони також знали плани мерії. Єдиний спосіб для цього – двостороння комунікація.

Завдання комунікації місцевого самоврядування: впровадження інституційних цілей, забезпечення даних, прозорість діяльності, інформування, пояснення правил простою мовою – чітко та точно.

Це думають про нас місцеве самоврядування:

Найголовніша проблема громадських організацій – це фінансування діяльності. Жити на основі різних конкурсів на сьогодні важко, жити із дня на день неможливо.

Місцеве самоврядування також не буде в змозі виконувати свої обов'язки, і буде шукати такого партнера, кому можна передавати хоч частину завдання. Кандидатами на таку співпрацю є лише громадські організації, громадський сектор, який відстоює легітимізм, за визнання суспільства та залишання.

Для завдання, що виконують громадські організації, як правило, більш сприятливі можливості для фінансування. Доступні і державні і інші можливості для отримання грантів, наприклад корпоративні доходи, пожертвування. Для громадської організації і адміністративні витрати нижчі, легко здатні виконувати завдання з невеликим персоналом, гнучке управління організації і само зайнятість.

На сьогодні існують декілька форм співпраці місцевого самоврядування та громадських організацій. Суть співпраці - двосторонній прибуток. Але найголовніше, щоб населення «виграло» найбільше.

Що думаємо ми, зі сторони ГО:

- У чому могли б ми розвиватися, щоб співпраця між нами та місцевим самоврядуванням була ще більш успішною?

Регулювання можливостей співпраці - з боку місцевого самоврядування:

Цивільна концепція або громадська стратегія:

Мета цивільної концепції це регулювання співпраці між місцевим самоврядування з громадськими організаціями. Характерність співпраці – взаємність та багатоклірність. Місцеве самоврядування через сприймання концепції забезпечує територію для громадської діяльності, підтримує розвиток демократії, надає альтернативу у сфері послуг.



Включаючи:

- Підтримку ГО та суспільства

Систему підтримки влади – «Громадський Фонд», завдання якого підтримка діяльності та програм місцевих ГО, забезпечення їхньої участі у житті суспільства (культура, спорт, охорона здоров'я та навколишнього природного середовища).

- Співпраця між місцевим самоврядуванням та ГО

Міське самоврядування та її установи на основі взаємності та партнерства, для представлення спільних інтересів у широкому спектрі співпрацюють з ГО. Ініціатором співпраці може бути або мерія або ГО. Але мерія має забезпечити, щоб з ініціативами ГО займалися відповідні органи.

- *Громадський Форум*
- *Громадський День*
- *Громадський круглий стіл*

Регулювання можливостей співпраці - з боку ГО:

Основні принципи Громадського кодексу / Міського круглого столу:

- Організаційна структура і правила співпраці громадських організацій
- Форум забезпечує розвиток зв'язків, реалізацію інтересів, покращення ефективності діяльності ГО та поєднання сил з громадянським суспільством.
- Містить в собі:
 - робочі групи
 - завдання
 - партнерські зв'язки
 - інші регулювання.

Довгострокові плани співробітництва місцевого самоврядування та ГО:

- Рационально разом управляти суспільними зв'язками (громадськими, молодіжними, нацменшини, міжнародними, медіа) .
- Можна спільно розробляти місцеву системи узгодження інтересів, коло дії та роль форумів узгодження інтересів
- Через перетворення механізму приймання рішень мерії створити умов для всіх зачепленим суспільним групам висловлювати свої думки та надавати вплив на зміст рішення ще перед їхнім прийманням.
- За фінансової підтримки місцевого самоврядування можна утворити умови діяльності місцевих організацій, дотримавшись попередньо встановлених мінімальних стандартів.
- За узгодженням громадських організацій можна розробляти систему їхньої підтримки через місцевого самоврядування, що включає наступне
 - підтримка діяльності,
 - розподіл або передача завдань (на основі домовленості чи угоди)
 - конкурси.



Практика:

- Що очікуємо від місцевого самоврядування - розробка громадської концепції на місцевому рівні

День 4

СПІВПРАЦЯ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ З МІСЦЕВИМ САМОВРЯДУВАННЯМ

Співпраця громадських організацій з місцевим самоврядуванням

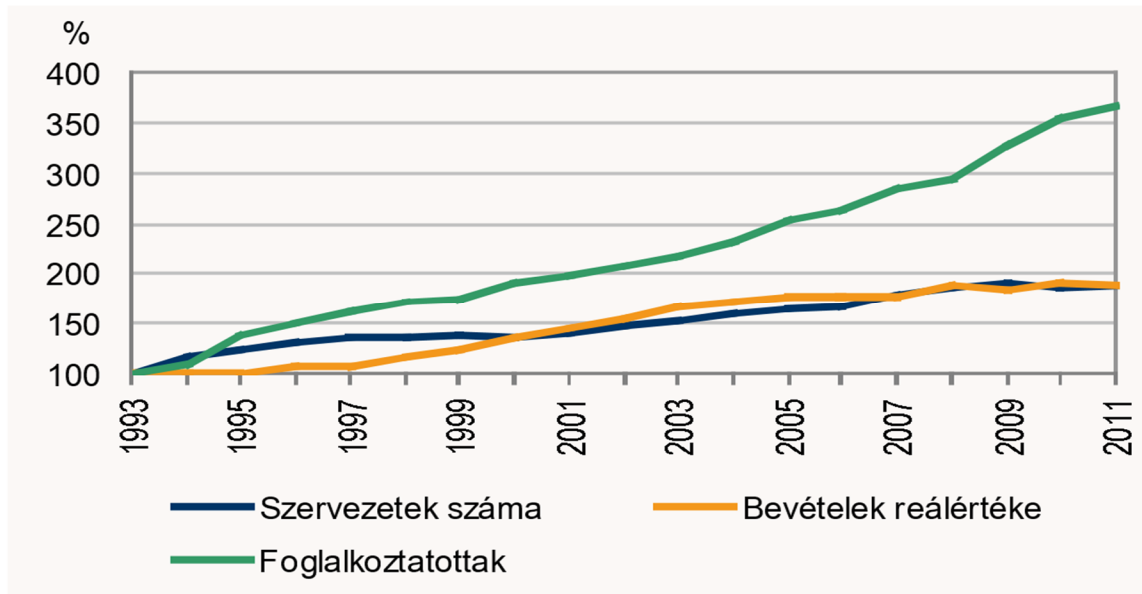
Необхідною умовою соціально-економічної легітимності громадянських організацій суспільства - є створення її економічної самостійності та незалежності, співробітництво, засноване на довірливих відносинах партнерства з місцевим самоврядуванням, примирення взаємного інтересу секторами ринку та розподіл обов'язків між цим трьома секторами для користі місцевого суспільства.

Історія

90 рр.:

- Громадські організації зміцнювалися
- Стали можливими **партнерами** місцевого самоврядування та важливою частиною місцевого суспільства
- За даними проведених досліджень після зміни режиму **населення, підприємництва та місцевих органів влади** визнали діяльність ГО
- Більш важливою стала **економічна самостійність**

Здатність зайнятості некомерційного сектору:



Коли ми говоримо про співпрацю між органами влади та громадськими організаціями, то треба мати на увазі, що вони сьогодні спілкуються між собою на двох різних мовах. Громадські організації із задоволенням говорять про партнерство, визначаючи власну незалежність від органів влади. А органи влади більш люблять говорити про співробітництво. Вони говорять про партнерство лише у тому випадку, коли це рекомендує або доказує якийсь вищий орган чи закон, або коли це їм політично вигідно.

Як починати пошук у створенні партнерства

Місцеве самоврядування

- Треба пізнавати коло партнерів, громадських організацій, приймати участь у їхніх проектах
- Треба визначити працівника мерії, який буде займатися з ГО
- На засіданні корпусу депутатів та комісій необхідно запрошувати представників ГО
- У питаннях, які впливають на життя місцевого суспільства влада має просити рецензію і від ГО
- Ґрунтуватися на можливості ГО, підтримувати їхню діяльність

Громадська організація

- Необхідне належне знайомство з працівником мерії, який займається з ГО та постійно підтримувати з ним зв'язок
- Має добре знати роботу та діяльність місцевого самоврядування
- Має знати прядок роботи місцевого корпусу депутатів



- Перед прийняттям рішення порадились з органами місцевого самоврядування у питаннях, які стосуються ГО, мають надавати та висловлювати свої поради та думки.
-

Чим вигідна співпраця?

Довгострокова, опосередкована перевага:

- а) покращення суспільної політики (більш якісні та ефективніше виконуючі плани, дії)
- б) більша довіра до мерії
- с) стійка легітимація місцевого самоврядування

Щоденно відчутні, безпосередні переваги для місцевого самоврядування

- Через співробітництво детальніше пізнаються потреби та вимоги населення
- надаються більш якісні послуги, які спрямовані на клієнта
- розвантажування місцевого самоврядування
- більш результативна комунікація, ліпший настрій суспільства
- більша мотивація та компетентність депутатів та працівників.

Види співробітництва

- Види співробітництва між місцевим самоврядуванням та ГО можуть бути різними. Характерно вони сконцентровані для виконання одної конкретної роботи, події або акції. Для більшості ГО найважливішим є (крім роботи для покращення життя суспільства) розширення фінансових джерел, забезпечення економічної стабільності. Зі сторони місцевого самоврядування ще більш розширений спектр мотивації, що може бути наприклад особиста вигода, благодійна допомога, політичний або бюрократичний інтерес, справжня зацікавленість.
- Характерно у двох сегментах діє співпраця (довгострокова, на спільних інтересах) – участь у підготовці приймання рішення та у розвитку суспільних послуг *на основі угоди*

Три основні стовпи видів співробітництва:

співпраця у виконанні суспільних завдань
фінансова допомога від місцевого самоврядування для ГО,
допомога від ГО для місцевого самоврядування у виконанні роботи.

Юридичні можливості для **реалізації інтересів** надані, але реальне створення та виконання зустрічається з багатьма перешкодами з обох сторін.

- Місцеве самоврядування просить думки у ГО у таких питаннях, які до їхньої діяльності пов'язані: під час організованих форумів надає можливість у спілкуванні щодо вирішення конкретної проблеми .
- Важливо, всім зацікавленим надавати можливість для участі



Засоби ГО є багатими, коли річ іде про думки громадян та представлення інтересів суспільства

- організована протестація
- конструктивні ініціативи
- конфліктна реалізація інтересів
- спільне мислення з місцевим самоврядуванням та органами влади

Вибір між засобами залежить від наступного:

- наскільки сприятливі відносини зі сторони влади
- наскільки влада згодна відноситися до ГО, як до реального партнера
- чи надають їм потрібні можливості для впливу та приймання рішення.

Введення системи суспільного спілкування та регулювання ініціативи щодо законів та правил можуть допомогти в тому, щоб запобігти професійному обґрунтуванню рішення за прийняттям великого колу суспільства.

Спільне забезпечення фінансів

- Місцевому самоврядуванню завжди вигідно співпрацювати з громадськими організаціями. Для виконання роботи забезпечують власний внесок та через роботи волонтерів заощаджують для мерії багато лишніх витрат.

Місцеве самоврядування та громадські організації стануть реальними партнерами, коли добре знають очікування результати, та спільно думають і вирішують проблеми, які часто виникають. Для виконання довгострокових планів потрібна плідно працююча комунікація та довіра з обох сторін. Коли вище наведені два очікування забезпечуються, можна сподіватися на ефективну співпрацю між партнерами з позитивними результатами.

Переваги і труднощі розподілу завдань

Переваги

- ГО мають можливість найти додаткові джерела фінансування
- їхнє управління більш гнучке
- низький рівень бюрократії
- можуть залучити більш широке коло користувачів
- надають можливість креативності
- навички на інновацію більші
- їхня діяльність ближче до людей
- незалежні від політики .

Труднощі

- не завжди гарантовано, що ГО довгостроково можуть виконати надану роботу
- всю відповідальність несе влада, її завдання призупинити появі кризи
- забезпечення роботи для ГО потребує виписування конкурсів та додаткових дій адміністрації
- багато роботи надає моніторинг виконання



- тяжко контролювати, та розрахувати
- послуги ГО забирають фінансування від державних установ

Моніторинг

- спрямований на підвищення прозорості місцевого самоврядування та боротьбу з корупцією
- громадські організації контролюють функціонування місцевого самоврядування, забезпечує опублікування оперативного та фінансового управління на веб-ресурсах
- громадські організації вже давно мають бажання контролювати і весь процес інвестицій. Для цього вигідно створити спільну моніторингову комісію за участю делегата зі сторони ГО, який може спостерігати за процесом виконання інвестицій в цілому.

ГРОМАДСЬКА МЕРЕЖА

- Громадська мережа, можливість для співпраці (чим відрізняється така співпраці від співпраці з однією організацією)
- Коли треба думати над створення мережі? Яку стратегію треба вибрати, спільну чи самостійну? Захист інтересів, формування поглядів.

Що ми думаємо про мережу?

Спільне обговорення про форму та характеристики мережі. Досліджуємо шанси співпраці, шукаємо такі спільні точки, з яких можемо сформувати спільні дії.

Існують дві форми мережі:

- мережі створені на основі спільної моделі (наприклад, Мережа волонтерських центрів, Громадські Фонди, Центр з надання неприбуткових послуг)
- мережі створені на основі спільної мети та інтересів (мережі, які займаються з інвалідами, з проведенням навчання для сільського населення, тощо).

Слід створити мережі на основі співробітництва на базі наступних перерахованих важливих причин:

- надаються кращі послуги для місцевої спільноти через використання досвіду партнерів
- цінностями, знанням та потенціалом членів можемо і ми користуватися
- можемо разом розробляти спільний підхід та спільну політику проти суспільних та політичних негативних явищ
- спільна емоційна підтримка один одного.



Форми мережі

Різні форми мережі можемо розглянути відповідно до того, наскільки прогресивна у них мережева структура. Дуже важливо мати на увазі, що у мережах складність завдань і зв'язки між партнерами можуть бути різними і не існує "невід'ємно" хороша форма для співпраці.

1. Перший рівень – простий обмін інформаціями, без очікувань. До такої мережі легко вступити та вийти. Цей рівень називається інформаційною мережею.
2. Відповідає до форми такої мережі, яка створена на основі спільної мети.
3. Другий рівень – обмін досвідом та спільними проектами, створюється неформальна комунікація, появляються усні правила співпраці. Назва: координаційна мережа.
4. Третій рівень – створюється точна координація та загальні стандарти діяльності, введені письмові правила співпраці між партнерами. Назва: мережа співпраці.

Жодний рівень не є кращим або гіршим від іншого. Але відрізнення між рівнями дозволяє розміщувати себе в процесі розвитку мережі, і ми можемо визначити, що хочемо змінити.

Як стати мережею

Наша модель це становлення з перших кроків до конкретної діяльності
Спільно думаємо про цілі, стратегії, місію.

Якою має бути наша мережа

Мета – знайти найкращу структуру мережі. Розглянемо критерії щодо членів, про нормативи, про механізм приймання рішення, про координаційні питання.

інформаційна мережа	координаційна мережа	мережа співпраці
не існує координаційний центр	існують деякі функції координаційного центру	працює постійний координаційний центр
не існують критерії щодо членства	основні принципи членства визначені	чітко визначені критерії щодо членства
комунікація між членами відбувається за потребою	комунікація між членами регулярна	комунікація між членами регулярна та постійна
не існують стандарти щодо функціонування	основні стандарти та правила щодо функціонування визначені	чітко визначені стандарти щодо функціонування



не є спільних проєктів	тимчасово існують спільні проєкти	регулярні спільні проєкти
члени не використовують свої джерела на спільну діяльність	деякі джерела забезпечені на спільну діяльність	кожний член використовує частину свого джерела на спільну діяльність

Що саме ми повинні робити, щоб залишатися

Коли співпраця успішна, що саме ми повинні робити для довгострокового існування.

Розробка рамок співпраці – спільні інтереси та мета

Якщо ми свідомо хочемо створити мережу для співпраці, ми повинні почати з визначення, що у нас спільне. Стороння людина повинна легко виявити, що є унікальним у нашій мережі та що надає напрямок для роботи мережі. Але для того, щоб почати процес розвитку такої мережі, повинен бути основний рівень взаємної довіри між її членами.

На початковій фазі треба обдумати наступне:

- як відображається мережа на житті кандидата члена-партнера?
- хто може надавати вплив на виділену спільну проблему? Хто для цього має відповідні ресурси?
- які принципи або інші розбіжності можуть виникнути між партнерами?
- як організації бачать один одного та які зв'язки між ними ?
- які особливі інтереси залучають партнерів для спільної роботи?
- кого можна залучити до партнерства та чому?
- які конфлікти можуть з'явитися?
- як розпочати роботу?

Роль та функції координаційного центру - визначення основних напрямків діяльності

- як вирішити керівництво та управління мережею?
- як приймати рішення?
- що допоможе а, що заважає розвитку мережі?
- за формою: плануються формальні чи неформальні угоди?

Як створити та ефективно управляти нашою мережею?

- які завдання треба виконувати?
- які джерела ресурсів потрібні для виконання завдання?
- хто за які завдання відповідає?
- як організувати механізм прийняття рішень?
- як відбувається оцінка та моніторинг?
- якими комунікаційними каналами будуть користуватися члени мережі?



Практика для групового приймання рішень: особисте приймання рішень, групове приймання рішень, представлення мережі, новий консенсус, що допомогло, а що перешкодило у прийнятті спільних рішень, явищах групового тиску.



День 5

УСПІШНІ ПРИКЛАДИ ТА МЕТОДИ ПІДТРИМКИ ПАРТНЕРСЬКИХ ЗВ'ЯЗКІВ МІЖ ГРОМАДСЬКИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ТА ВЛАДОЮ

Успішні приклади та методи підтримки партнерських зв'язків між громадськими організаціями та владою

- Методи: Як розпочати співпрацю з владою? – самостійно чи у групі (мережі)?
- Вдалі приклади.
- Спільні кроки, спільні дії, за що відповідає влада, а над чим ми не погоджуємось?

Ключове слово: **ПРОАКТИВНІСТЬ**

Перед місцевими виборами:

Організація форуму за участі кандидатів-депутатів

Переваги:

- можуть представитися перед громадськими організаціями тобто виборцями
- не треба щоб політики то організували
- коли відома громадська організація організовує фору, більше буде присутніх ніж на заході любої партії
- надається можливість кандидату представити майбутню програму щодо громадського сектору та громадських організацій
- на майбутнє можна від них притягати до відповідальності обіцянки

Метод:

- кожному запрошеному надається однаковий час на виступ
- всім кандидатам треба надавати однакові питання
- у другий частині форуму надається можливість надавати і особисті питання деяким кандидатам
- забезпечення доброго модератора, який керує форум.

Коли очікуємо некерований дискусію між кандидатами, рекомендовано їх запросити окремо. Наша мета не показати протистояння кандидатів, а безпосереднє надання інформації для цільової групи.

Успішні приклади:

- Веспремський громадський круглий стіл: прослуховування кандидатів на посаду мера міста

У випадку вже діючого самоврядування:

Налагодження співпраці



Додаткова перевагою слугує те, що місцева влада має інформацію про нас, може з нами співпрацювати, так як ми також є компетентними. З цим прикладом можна працювати і під час підготовки у прийнятті рішень і під час розподілу роботи.

Метод:

- підготовка та розповсюдження довідкового матеріалу про нас для мерів сіл або депутатського корпусу (хто ми, чим ми займаємося, що вже виконали, а в чому потребуємо допомоги)
- тобто мета звертання
- запросити на наші заходи (свято, урочисте вечеря, засідання)
- цікаво представитися
- попросити можливість для власного представлення перед більшістю
- розробка фахових порад, пропозицій (це можна використовувати і під час пошуку фінансів)

Успішні приклади :

- Веспремський круглий стіл по питанням інвалідів: представлення себе на заході, та представлення наших ідей щодо безперешкодного пересування інвалідів по місту.
- Надавання фахової допомоги у підготовці Місцевої програми щодо забезпечення рівних можливостей

Привертання уваги, протест, публічність

- *чого саме хочемо досягнути????*
- *лише на основі консенсусу*
- *зі залученням декількох громадських організацій*

Перевага:

- за добру роботу можемо залучати активні організації та особи
- можна залучати ще й додаткових осіб
- через такі події можна знайти нових волонтерів для діяльності

Метод:

- Визначення недоліків та проблем
- Обговорити у широкому колі, чи і інші помітять ту проблему, чи, можливо, ми помилилися
- Пошук партнерів
- Приймання консенсусу та підготовка фахових пропозицій, зі справжньою компетентністю
- Відправлення наших пропозицій до влади із залученням широкої публічності

Успішні приклади:

- Громадські організації м. Варпалота – справа по спалюванню сміття
- Спілка Кропива - акція порятунку дерев

Оцінка: Техніка та методика якими можна користуватись на місцевому рівні.