

ОРГАНІЗАЦІЇ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА: ВІД ЗАПУСКУ ДО ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

Для чого і як створювати організацію, як підготуватися до її запуску та налагодити роботу

Лекторка: Уляна Мовчан

13.08.2025

ТРАЙБ

У КОГО ВЖЕ Є ГРОМАДСЬКА АБО БЛАГОДІЙНА ОРГАНІЗАЦІЯ?

Напишіть + у чаті, якщо так

Напишіть - у чаті, якщо ні



КОЛИ ПОТРІБНО РЕЄСТРУВАТИ СВОЮ ІНІЦІАТИВУ?

- Ведете регулярну програмну або проєктну діяльність
- Хочете залучати гранти або інше фінансування
- Працюєте з великими сумами пожертв (щоб уникати податкових ризиків)



ПРИКЛАД

ТАК

Група ветеранів у своєму місті організувала тренування з тактичної медицини для цивільних. Заняття проходять щовихідних. Функціонували завдяки періодичним пожертвам. Знайомі запропонували взяти участь у грантовому конкурсі, щоб залучити кошти на оренду регулярного приміщення

НІ

Ветеранка проводить раз на місяць заняття з арт-терапії для інших ветеранів та цивільних, які постраждали від війни. Іноді учасники занять або небайдужі роблять пожертвування



ЩО КРАЩЕ ОБРАТИ?

Громадська організація

Хочете працювати на рівні системи: адвокація, аналітика, дослідження, зміни у політиках, зміни у певній сфері, розробка навчальних програм тощо

Плануєте залучати здебільшого грантове фінансування, переважно за кордоном

Благодійна організація

Хочете допомагати певним групам людей (психологічні та юридичні сервіси, реабілітація, грошова або гуманітарна допомога) або конкретній громаді тощо

Плануєте залучати здебільшого внески, грантове фінансування в Україні

РЕЄСТРАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

Громадська організація

КВЕД: 94.99 Діяльність інших громадських організацій, н.в.і.у.

2 засновники

Благодійна організація

КВЕД: 88.99 Надання іншої соціальної допомоги без забезпечення проживання, н.в.і.у.

1 засновник

Реєстрація проводиться у ЦНАПі або Територіальних органах Міністерства юстиції України

ЩО ПОТРІБНО ДЛЯ РЕЄСТРАЦІЇ?

1. Протокол установчих зборів засновників
2. Реєстр осіб, які брали участь у таких зборах
3. Відомості про керівні органи
4. Статут організації
5. Заява про державну реєстрацію
6. Структура власності

ЯК ПІДГОТУВАТИСЯ ДО ЗАПУСКУ

Команда: хто за що відповідає. Не все має робити голова організації

Комунікації: сторінки в соцмережах та/або сайт, контакти з потенційними партнерами

Ресурси: приміщення, обладнання, волонтери, транспорт, кошти на поточні витрати

Найголовніше: візія діяльності



ПРИКЛАД

ТАК

Організація створила сторінку у Facebook, оскільки працювала для аудиторії середнього віку. Підписників було небагато, робили публікації не більше 1 разу на тиждень. Коли вирішили податися на грант, побачили питання про річний звіт, якого не було. Організація натомість додала посилання на публікації, де писала про свою роботу

НІ

Організація проводила зустрічі з різними гостями, навчальні заходи для своїх знайомих, оскільки мешкали у маленькому місті. Через це не створювала сторінок, був чат у Вайбері. Коли виникла ідея податися на грант – вказали у формі соцмережі голови



В ЧОМУ ЗАРАЗ БАЧИТЕ НАЙБІЛЬШУ ПРОБЛЕМУ, ЧОГО БРАКУЄ?

Напишіть у чаті:

Команда

Комунікації

Ресурси

Візія / стратегія



ПРИНЦИПИ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ

1. Стратегічно продумати свою роботу. Напрями, програми, проєкти, окремі активності
2. Продумати способи виходу на цільову аудиторію
3. Знайти мінімум 1 джерело формування базових фінансових / ресурсних надходжень
4. Забезпечити безперервність. Можемо робити щось 1 день на тиждень, головне регулярно

ДУМАЄМО СТРАТЕГІЧНО

Не треба писати 20-сторінкову стратегію – достатньо на аркуші окреслити структуру роботи

Приклад: напрям – підтримка ветеранів у працевлаштуванні; проєкт 1 – курси водіїв категорії С; проєкт 2 – кар’єрне консультування, створення резюме, тренування у проходженні співбесід; окрема активність – ярмарок ветеранських бізнесів



ВИХІД НА ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ

Хто вони? Де вони бувають фізично та онлайн? Що їх приваблює? Якими проблемами вони переймаються?

Обираємо конкретні канали: особисті дзвінки/ зустрічі, дописи у місцевих групах, таргетована реклама, оголошення у медіа, оголошення у фізичних просторах (ЦНАП, госпіталь)

Як звертаємось? Що пропонуємо, щоб зацікавились? Чим мотивуємо?

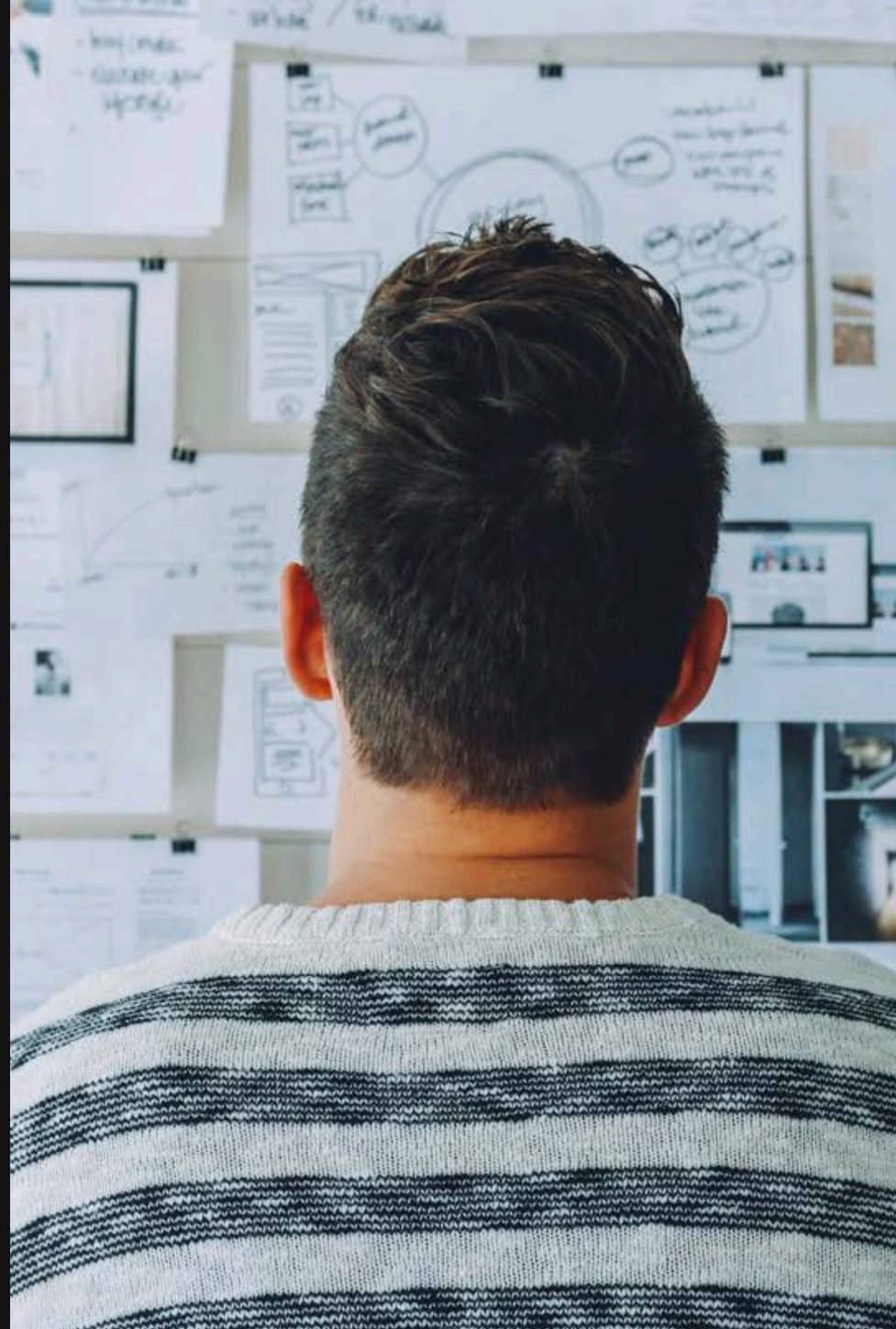


ЗАБЕЗПЕЧУЄМО БЕЗПЕРЕРВНІСТЬ

Обираємо реалістичний ритм для нашої роботи. Як часто ми готові надавати послуги або проводити заходи?

Ми формуємо «звичку» у аудиторії. Приклад: кожної середи о 18:00 – зустріч ветеранів у кав’ярні. Приклад: перший понеділок місяця – день офлайн юридичних консультацій

Краще менше, але стабільно, ніж часто, а потім зникнути на кілька місяців



ЗНАХОДИМО БАЗОВЕ ДЖЕРЕЛО

Ми не одразу почнемо залучати гранти. Якщо ми починаємо ініціативу, потрібно розуміти, чи ми маємо принаймні 1 джерело надходжень

Можливо, це наш власний внесок? Пожертви небайдужих? Маємо дружній бізнес? Готові працювати без фінансових ресурсів, адже маємо широку мережу волонтерів?



ПОДІЛІТЬСЯ ВРАЖЕННЯМИ

Чи розумієте свої потенційні напрями діяльності? Що думаєте щодо виходу на цільову аудиторію? Чи маєте можливість забезпечити безперервність та принаймні 1 джерело надходжень?



ЗАЛУЧЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ

1. Гранти: державні, міжнародні
2. Бізнес: фонди бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, пожертви, спонсорство
3. Членські внески або індивідуальні пожертви
4. Краудфандинг (збір)
5. Благодійні заходи: фестивалі, забіги, сніданки

У КОГО ВИЩІ ШАНСИ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ?

Організація зареєстрована 1-2 роки

Розвинені канали комунікації

Кілька напрямів діяльності



ЧАС ДЛЯ ВСЬОГО, ЩО ВИ ХОТІЛИ Б ЗНАТИ ПРО ФІНАНСУВАННЯ

Які питання у вас виникають?

