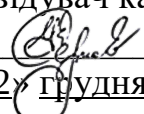


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Навчально науковий інститут комп'ютерних наук та управління проектами
Кафедра управління проектами

«Допущений до захисту»
Завідувач кафедри
 Чернов С.К.
«12» грудня 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

на тему:
Удосконалення механізмів проєктного підходу
в соціальній сфері закладів освіти

Виконав: студент 6171мз групи
 Гончар А.В.

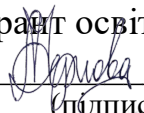
Керівник роботи:
д.т.н., професор
(посада, науковий ступень вчене звання)

 Данченко О.Б.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

Навчально науковий інститут комп'ютерних наук та управління проектами

Кафедра управління проектами
Спеціальність 122 Комп'ютерні науки
Освітня програма «Управління проектами»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Гарант освітньої програми
 Чернова Л.С.
(підпис)
«29» вересня 2022 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Студенту **Гончару Андрію Васильовичу**
(Прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Удосконалення механізмів проектного підходу в соціальній сфері закладів освіти

Керівник роботи **д.т.н., професор Данченко Олена Борисівна**

Затверджені наказом ректора № 806-уч. від «29» вересня 2022 року

2. Термін подання роботи: 12.12.2022р.

3. Вихідні дані по роботі: удосконалити механізмів проектного підходу в соціальній сфері закладів освіти

4. Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів)

Розділ 1. Теоретичні засади проектного підходу в соціально орієнтованих організаціях.

Розділ 2. Проектна діяльність соціально орієнтованих некомерційних організацій.

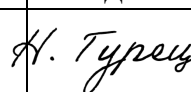
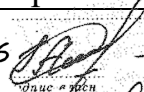
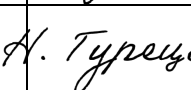
Розділ 3. Удосконалення механізмів проектного підходу в соціальній сфері закладів освіти.

Розділ 4. Охорона праці

Розділ 5. Охорона навколишнього середовища

5. Перелік презентаційних матеріалів виконаний в програмі Power Point

6. Консультанти розділів роботи

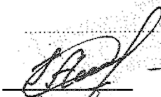
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 4. Охорона праці	Гурець Н.В., старший викладач		
Розділ 5. Охорона навколишнього середовища	Гурець Н.В., старший викладач		

7. Дата видачі завдання 05.09.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Терміни виконання етапів роботи	Примітка
1	Вивчення літературних джерел з предмету дослідження	протягом навчання на 5 курсі	виконано
2	Складання розгорнутого плану магістерської роботи та ознайомлення керівника з планом кваліфікаційної роботи	Вересень 2022	виконано
3	Написання розділу 1	Вересень 2022	виконано
4	Написання розділу 2	Жовтень 2022	виконано
5	Написання розділу 3	Листопад 2022	виконано
6	Написання розділів з Охорони праці та навколишнього середовища (4,5)	Листопад 2022	виконано
7	Оформлення магістерської роботи	Грудень 2022	виконано
8	Передача магістерської роботи рецензенту для рецензування	Грудень 2022	виконано
9	Передача магістерської роботи науковому керівникові для написання відгуку	Грудень 2022	виконано
10	Попередній захист магістерської роботи	12.12.2022	виконано
11	Захист магістерської роботи	20.12.2022	виконано

Студент


(підпис)

Гончар А.В.

Керівник роботи


(підпис)

Данченко О.Б.

Анотація

Гончар А.В. «Удосконалення механізмів проєктного підходу в соціальній сфері закладів освіти». На правах рукопису. Магістерська робота за спеціальністю 122: Комп'ютерні науки, освітня програма «Управління проєктами». Національний університет кораблебудування ім. адм. Макарова. Миколаїв, 2022. 75 сторінок.

В роботі досліджено проєктну діяльності соціально орієнтованих некомерційних організацій та сформовано рекомендацій щодо вдосконалення проєктної діяльності у соціально орієнтованих некомерційних організаціях. Представлений концептуальний підхід щодо визначення академічного фандрайзингу, а також взаємодія структурних підрозділів щодо досягнення цілей та завдань фандрайзингової діяльності в освітній установі.

Ключові слова: соціальна організація, проєкт, фандрайзинг, некомерційна організація, заклад освіти.

Annotation

Gonchar A.V. "Improving the mechanisms of the project approach in the social sphere of educational institutions." On the rights of the manuscript. Master's thesis on specialty 122: Computer science, educational program «Project management». National University of Shipbuilding named after Adm. Makarov. Mykolaiv, 2022. 75 pages.

The work examines project activities of socially oriented non-profit organizations and formulates recommendations for improving project activities in socially oriented non-profit organizations. A conceptual approach to the definition of academic fundraising is presented, as well as the interaction of structural units to achieve the goals and objectives of fundraising activities in an educational institution.

Keywords: social organization, project, fundraising, non-commercial organization, educational institution.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ І. ТЕОРІТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТНОГО ПІДХОДУ В СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	8
1.1. Основні підходи до проектного управління (управління проектами)	8
1.2. Соціальне проектування у сфері освіти.....	14
1.3. Організаційно-правові форми забезпечення правової діяльності соціального підприємництва	19
РОЗДІЛ 2. ПРОЕКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНИХ НЕКОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	25
2.1. Проектна діяльність соціально орієнтованих некомерційних організацій як метод фандрайзингу	25
2.2. Перспективи розвитку фандрайзингу в Україні.....	28
2.3. Соціальний маркетинг в управлінні соціальними проектами	32
РОЗДІЛ 3. УДОСОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ПРОЄКТНОГО ПІДХОДУ СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ.....	43
3.1. Розробка стратегії фандрайзингу в ЗВО	43
3.2. Розробка стратегічного підходу до визначення академічного фандрайзингу	46
3.3. Реалізація проєкту.....	52
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ.....	59
4.1. Законодавство України в сфері охорони праці	59
4.2. Основні нормативно-законодавчі акти і документи з охорони праці у закладі освіти	60
4.3. Напрями підвищення безпеки праці	62
РОЗДІЛ 5. ОХОРОНА НАВОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	65
5.1. Державний контроль у галузі охорони навколишнього середовища.....	65
5.2. Основними штучними джерелами забруднення довкілля	68
5.3. Заходи запобігання забрудненню навколишнього середовища	69
ВИСНОВКИ	72
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73

ВСТУП

Умови та механізми ринкових відносин все сильніше впливають на процеси становлення та розвитку громадських інститутів, і особливо у розвиток вищої освіти. Сфера освіти, представлена переважно державними освітніми організаціями, також потрапляє під інтенсивний вплив діючих на даний момент пристроїв та позицій ринкової економіки, зосередженої переважно на розкритті результативних та усунення неефективних учасників.

Незалежно від встановлених цілей, освітніх завдань та результатів функціонування тієї чи іншої некомерційної організації, в основі її існування завжди лежить питання про те, яким чином і за рахунок чого реалізовуватимуться основні освітні програми.

На сьогоднішній день Україна надає активну державну підтримку соціально орієнтованим некомерційним організаціям, яка виявляється у проведенні конкурсів субсидій, грантів тощо. Державна підтримка некомерційного сектора має докорінно трансформувати позиціонування некомерційних організацій у рішенні проблем соціально-економічного розвитку території та зрештою підвищити стійкість соціально орієнтованих некомерційних організацій – як ефективного виробника благ та послуг населенню, як ключового партнера бізнес-структур у реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Некомерційні організації є джерелом соціальних інновацій, з можливістю подальшої їх трансляції в державні структури.

Можна говорити про актуальність розвитку некомерційного сектору та доводить про необхідність удосконалення проектної діяльності у соціально орієнтованих некомерційних організаціях.

Метою роботи є дослідження проектної діяльності соціально орієнтованих некомерційних організацій та формування рекомендацій щодо

вдосконалення проектної діяльності у соціально орієнтованих некомерційних організаціях.

Для досягнення поставленої мети було визначено такі *завдання*:

- розглянути соціальне проектування у системі основних напрямів соціальної роботи в країні та у світі;
- охарактеризувати специфіку соціального проектування порівняно з іншими видами проектування;
- сформулювати основні вимоги до діяльності зі створення та реалізації соціально орієнтованих проектів.

Об'єктом дослідження є соціально орієнтовані некомерційні організації.

Предметом дослідження – проектна діяльність соціально орієнтованих некомерційних організацій.

Наукова новизна. Удосконалено механізм проектного підходу соціальної сфери закладів освіти за рахунок розробки стратегічного підходу до визначення академічного фандрайзингу що підвищить інвестиційну привабливість науки, освіти та якість надання освітніх послуг.

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, 5 розділів, висновків, списку використаних джерел, виконана на 93 сторінках друкованого тексту, містить 29 рисунків, 9 таблиць, та список джерел з 37 найменувань.

РОЗДІЛ I

ТЕОРІТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТНОГО ПІДХОДУ В СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

1.1. Основні підходи до проектного управління (управління проектами)

Використання принципів проектного управління дозволяє ефективно вирішувати завдання розвитку організації та успішно досягати поставленої мети. Історично науково обґрунтовані методи проектування спочатку з'явилися у технічній сфері. Донедавна у вітчизняній практиці поняття «проект» використовувалося як проект, креслення, кошториси та ін. документації. Надалі проектування стає складовою управління. В Україні в даний час продовжує розвиватися проектний «підхід» в управлінні[1].

Застосування цього підходу допомагає у виборі правильного управлінського рішення. Область проектування охоплює практично всі сфери діяльності суспільства, тісно пов'язані з прогнозуванням, плануванням та іншими функціями управління.

Термін «проектування» походить від латів. "projectus", що означає - кинутий уперед. Проектування – це «одна» із форм відображення дійсності, процес створення прообразу(прототипу) об'єкта, явища чи процесу за допомогою специфічних методів.

Проектування є конкретною формою виявлення прогнозуючої функції управління, коли створюється можливий образ майбутньої матеріальної або ідеальної реальності. Метою проектування є перетворення об'єктивної дійсності для того, щоб створити (або передбачити створення) об'єкти, явища, процеси, які б відповідали бажаним вимогам» [1,2].

Розглядаючи категоріальний апарат, базовим поняттям є проект. Термін існування проектування як самостійної галузі знання досить тривалий, проте, незважаючи на це, різні автори пропонують різні підходи до трактування поняття проект.

На цей час склалося кілька важливих підходів до трактування цього поняття «проект». Різні автори визначають проект по-різному: як прототип, як зміна системи, як сукупність планових документів як комплекс заходів.

Наявність різних підходів пов'язані з широким спектром сфер, у яких використовується проектний підхід. Таким чином, можна визначити проект як цілеспрямовану діяльність, яка передбачає здійснення комплексу взаємопов'язаних заходів, спрямований на створення унікального продукту чи послуги у умовах обмеженого часу та обмежених ресурсів, тимчасових та ресурсних обмежень.

Щодо управління у соціальній роботі, проект може бути спрямований на вирішення певної соціальної проблеми, соціальна зміна. Об'єднуючою рисою всіх визначень прагнення освіти системних процесів. Процеси пов'язані зі створенням унікального продукту або послуги, а також з організацією самої діяльності щодо реалізації проекту.

Основні підходи до розуміння сутності управління проектами, Можна відзначити, що управління проектами завжди спрямоване на досягнення конкретної мети, що досягається за рахунок застосування традиційного інструментарію управління.

Організація проектної діяльності може здійснюватися у сферах, яких характерна у принципі проектна діяльність, а також для вирішення певних завдань для підприємства. У першому випадку, проектна діяльність здійснюється за допомогою формування проектних команд та з використання методів управління проектами. У другому випадку, проект виникає у зв'язку з необхідністю вирішення принципово нового завдання на підприємстві. У зв'язку з цим, слід визначити сутність поняття проектного підходу.

Характерною рисою проектного підходу є поєднання ознак проектного управління із класичними ознаками управління. Проектний підхід в управлінні – це специфічна організаційна структура, яка є частиною структури всієї організації. Слід відзначити, що застосування проектного управління доцільно за наявності певних умов, які включають: складність, комплексність,

трудомісткість задачі. Результат від використання проектного підходу до управління має перевищувати витрачені ресурси.

Слід виділити фактори ефективності проектного підходу на підприємстві.

1. Зв'язок стратегічного та оперативного управління.
2. Забезпечення ефективного розподілу ресурсів за рахунок їх зосередження на найважливіших завданнях підприємства.
3. Забезпечення орієнтації на корпоративні мети.
4. Збільшення зацікавленості колективів та виконавців у кінцевих результати.
5. Обґрунтування прийнятих рішень за допомогою об'єднання зусиль спеціалістів.
6. Створення комунікацій, що сприяють ефективній спільній роботі в проекті.
7. Утворення проектної команди з наявністю міжфункціональних зв'язків.

Метод управління проектами, характерний для державного сектору, отримав характерну назву «водоспад» (waterfall) або каскадний цикл, при якому завдання передається послідовно за етапами, що нагадують потік.

Ця система була виведена У.У. Ройсом в 1970 [3] має на увазі послідовний перехід з одного етапу на інший без повернень на попередні стадії. Такий підхід в управлінні проектами найбільш ефективний за наявності масштабних та довгострокових проектів.

Перевагами даної методики є:

- зрозуміла структура процесу розробки;
- прозора звітність у вигляді детальної документації проекту;
- стабільність завдань, що виражається у незмінності протягом всього процесу.

Однак серед недоліків можна виділити:

- позбавлений гнучкості процес;
- неможливість вносити зміни;
- підвищений ризик, оскільки апробація продукту чи послуги відбувається на стадії завершення проекту.

Вирішення проблем соціальної роботи вимагає максимально творчого процесу та використання гнучких методів управління. Виникають ситуації, яких проектний підхід вимагає швидкої інтерактивної реакції від управлінців, коли як класичні методи проектного управління не підходять для ефективної роботи. В даний час з'явилися нові системи, що застосовуються у проектному управлінні. Поряд із класичною системою Waterfall, виділяють нову гнучку систему управління проектами – Agile. Гнучкі методи управління проектами можуть бути застосовні тільки в некомерційному секторі, зважаючи на бюрократичний характер державної системи управління.

Agile – це гнучкий підхід до управління проектами, орієнтований на постійну взаємодію всередині проектних груп, що складаються із фахівців різного профілю. Гнучкий підхід ефективніший при управлінні проектами з високим ступенем невизначеності, що постійно змінюються вимогами, у проектах, де основними тригерами змін є поведінкові мотиви суб'єктів соціальної зміни. У цьому підході проект розбивається на підпроекти, які потім акумулюються у готовий продукт. Проектний підхід Agile дозволяє вести роботу над проектом більш гнучко, оперативно реагувати на ті, що змінюються умови. Система Agile отримала свою назву у 2001 році після публікації Маніфесту Agile. Пізніше ця система стала застосовувати в проектній діяльності інших галузей. Основні принципи та цінності.

1. Люди та їх взаємодія є важливішими за інструменти та процеси;
2. Результат важливіший за документацію;
3. Важливим аспектом є співпраця сторін;
4. Готовність проведення змін важливіша за проходження початкового планом.

Проектний підхід Agile особливо актуальний у діяльності СО НКО з огляду на специфіки кадрового складу організацій, яка виражається більшою свідомості та цілеспрямованості у виконанні професійних функцій, співробітники некомерційних організацій мають більш чіткі уявлення про власний внесок у запланований результат. Мінімізація ризиків здійснюється завдяки гнучкій системі внесення змін. Зарубіжний та український досвід доводить, що проектний підхід у управлінні є ефективним інструментом, що дозволяє вирішити стратегічні проблеми в умовах змін, що постійно відбуваються, а також усунути деякі недосконалості, властиві ринковій економіці.

Таким чином, даний підхід застосовується і до соціальної роботи, галузі, оскільки дозволяє шукати гнучкіші методи [4]. Грамотне використання інструментарію проектного управління у сфері державного управління та некомерційному секторі дозволить побудувати більш ефективну методологію управління у соціальній роботі.

Існують різні типології соціальних проектів. За характером проєктованих змін виділяють: інноваційні проекти та – проекти, що підтримують. Окремо розглядають проекти за напрямом діяльності. Типи проектів з особливостей фінансування поділяються на інвестиційні, спонсорські, кредитні, благодійні. За масштабом: мікропроекти, малі проекти, мегапроекти. Проекти розрізняються за термінами реалізації: короткострокові проекти, середньострокові проекти та довгострокові проекти.

Сьогодні технології соціального проектування є затребуваними інструментом у діяльності некомерційних організацій. Соціальний проект включає розробку, оцінку життєздатності проект з допомогою методів прогнозування, діагностики та експертизи, та реалізацію. Розробка проекту включає написання текстового опису проекту. У текстовий опис проекту входить [5].

1. Тематика грантового спрямування. Потрібно вибрати найбільш підходящу тему діяльності за проектом у рамках грантового спрямування, Вибір напрямів проекту впливає подальшу експертизу проекту.

2. Назва проекту.

3. Короткий опис проекту. Воно включає в себе опис основної ідеї та конкретних дій щодо реалізації проекту, аудиторію; найбільш значущі очікувані результати; обґрунтування вибору терміну реалізації.

4. Географія проекту.

5. Строки реалізації проекту.

6. Обґрунтування соціальної значущості проекту: опис загальної картини поточного стану обраної для реалізації проекту сфери на обраній географічній території; виявлення та формулювання соціально значущих проблем, вирішення яких спрямований проект; подання статистичної інформації, а також інші необхідні дані, здатні підтвердити

актуальність реалізації проекту

7. Цільові групи проекту: групи благополучників, на яких спрямовано проект.

8. Мета та завдання проекту.

9. Партнери проекту: назви організацій, імена та посади осіб, готових надати підтримку у реалізації заявленого проекту.

10. Листи підтримки, угоди про співробітництво та інші аналогічні документи.

11. Інформаційний супровід проекту.

12. Кількісні результати: об'єктивні вимірювані показники, що характеризують реальну ситуацію в результаті досягнення мети чи вирішення завдання; значення цього показника реалістично набути в рамках реалізації проекту; спосіб збору та обробки вихідної інформації можна буде підтвердити документально.

13. Якісні результати: позитивні зміни, очікувані від реалізації проекту – результати досягнення поставленої мети, рішення проблем.

14. Подальший розвиток проекту.

Управління в соціальній роботі набуває більш якісного характеру на всіх рівнях. В даний час держава підтримує розвиток проектної діяльності у соціально орієнтованих некомерційних організаціях.

1.2. Соціальне проектування у сфері освіти

На сучасному етапі у сфері освіти реалізується велика кількість проектів та актуальність удосконалення проектного управління з кожним днем зростає. Адже проектне управління більшою мірою орієнтоване на задоволення потреб громадян, суспільства та ринку праці якісної освіти, ніж традиційна управлінська система.

Однак дослідники зазначають, що система освіти має високою інерційністю, великі зміни в ній пов'язані з величезною організаційною роботою з кадрового та матеріально-фінансового забезпечення [6]. Тому можна виділити низку проблем у проектуванні у сфері освіти.

Розуміння типології проектів допоможе працівникам сфери освіти під час розробки проектних документів, структури проектів при координації діяльності учасників реалізації проекту.

На сучасному етапі у сфері освіти реалізується велика кількість проектів та актуальність удосконалення проектного управління з кожним днем зростає.

Адже проектне управління більшою мірою орієнтоване на задоволення потреб громадян, суспільства та ринку праці якісній освіти, ніж традиційна управлінська система.

Однак дослідники зазначають, що система освіти має високу інерційність, великі зміни в ній пов'язані з величезною організаційною роботою з кадрового та матеріально-фінансового забезпечення [7,8]. Тому можна виділити низку проблем у проектуванні у сфері освіти.

Розглянемо проекти характером проєктованих змін. Усі соціальні проекти за своєю суттю спрямовані на досягнення соціальних змін, проте

способи цього обираються різні. Тому проекти можна розділити на інноваційні та підтримуючі:

1. Інноваційні проекти спрямовані на осмислення та проектування соціальних наслідків, що виникають при впровадженні принципово нових науково-технічних рішень. Наприклад, такі проекти пов'язані з впровадженням дистанційного навчання, мережевої взаємодії тощо.

2. Підтримуючі проекти спрямовані збереження та використання культурного надбання, тобто. носять реанімаційний, реставраційний характер. Вони безпосередньо пов'язані з актуальними соціальними завданнями та проблемами. Наприклад, до проектів, що підтримують, можна віднести ті, які пов'язані з історичною реконструкцією, фольклором і.п.

Ступінь інноваційності у проектів також може відрізнятися, тому виділимо наступні:

- 1) радикальні (присутня новизна відображення) всіх аспектів соціального об'єкта);
- 2) комбіновані (присутні інноваційні та традиційні форми та рішення);
- 3) проекти вдосконалення (присутня часткова зміна стану соціального об'єкта до певної якісної межі).

Соціальні проекти можуть відрізнятися за типом об'єкта, що моделюється. У сфері освіти виділимо такі:

- 1) інституційні, у яких відбувається моделювання освіти як соціального інституту;
- 2) процесуальні, у яких відбиваються соціальні процеси у сфері освіти;
- 3) організаційно-управлінські, у яких реалізується певний задум щодо розвитку організаційно-управлінської системи освіти;
- 4) діяльні, у яких формується модель майбутньої соціальної діяльності.

За характером відображення об'єкта можна виділити низку проектів:

- 1) одноаспектні, що зачіпають конструювання лише однієї зі сторін функціонування соціального об'єкта;

2) комплексні, які передбачають конструювання соціального об'єкта загалом, тобто. всіх його сторін.

Ступінь складності у проектів також відрізняється. Розглянемо такі проекти:

- 1) прості (наприклад, що реалізуються силами педагогів та учнів);
- 2) складні (наприклад, що підключають ресурси муніципальних, регіональних органів освіти);
- 3) надскладні (наприклад, національний проект "Освіта").

Ступінь масштабності об'єктів у проектів також відмінний. Причому вона залежить від низки показників: кількість представників цільової групи; потреба у ресурсах; часу реалізації; складність за структурою проекту та формами організації; територія дії проекту тощо.

Тут виділимо такі проекти як:

- 1) мікропроекти, що відображають конструювання мікросоціальних явлень та процесів. Це найчастіше проект індивідуальної ініціативи, яка отримує визнання найближчого оточення;
- 2) малі проекти - які не передбачають занадто великої кількості споживачів, прості під управлінням, які потребують великого фінансування;
- 3) макропроекти, що відображають конструювання макросоціальних явищ та процесів. Виступають як цільові програми, що складаються із взаємозалежних проектів.

Розглянемо типи проектів, які відрізняються за основними сферами діяльності. Це:

1. Управлінські проекти. Залежно від рівня управління також можна виділити декілька проектів:

- а) проекти розвитку системи освіти – спрямовані на зміну існуючої освітньої та організаційно-управлінської системи (країни, регіону, району);
- б) проекти розвитку освітньої установи – орієнтовані на зміну існуючої освітньої та організаційно-управлінської системи освітньої установи.

2. Педагогічні проекти – спрямовані на зміну існуючої педагогічної системи конкретного педагогічного працівника (вихователя, вчителя, педагога додаткової освіти тощо).

3. Соціальні проекти (у вузькому значенні) - що мають на меті залучити увагу до актуальних соціальних проблем місцевого співтовариства, які передбачають практичне вирішення соціальних проблем.

4. Навчальні проекти – це проекти, що мають дидактичні цілі. Зазначимо, що навчальні проекти на відміну від соціальних орієнтовані переважно на вирішення освітніх завдань та розвиток професійних компетенцій учнів та розробляються вони у процесі навчальної діяльності, тоді як соціальні – переважно у поза навчальний час.

Ще одна класифікація проектів пов'язана з географією присутності в освітньому середовищі (за рівнем контактів). Ми виділяємо наступні типи проектів:

- 1) міжнародні;
- 2) федеральні (національні);
- 3) регіональні;
- 4) муніципальні (районні, міські);
- 5) локальні (рівень конкретного навчального закладу).

Проекти розраховані на час реалізації. Термін визначається метою, наявністю ресурсів, особливостями потенційної поведінки споживача послуг. Соціальні проекти за тривалістю бувають:

- 1) короткостроковими (до трьох років);
- 2) середньостроковими (від трьох до п'яти років);
- 3) довгостроковими (понад 5 років).

Якщо візьмемо лише навчальні проекти, то терміни будуть іншими:

- 1) короткострокові (для вирішення невеликої проблеми або частини більшої проблеми терміном до тижня);
- 2) середньострокові (від тижня до місяця);
- 3) довгострокові (від місяця до кількох місяців).

Джерела фінансування соціальних проектів в освіті не так різноманітні як інших типах проектів. Тому ми виділяємо лише три типу проектів із джерел фінансування'.

- 1) бюджетні - фінансуються з відповідних бюджетів;
- 2) позабюджетні – фінансуються за рахунок спонсорів (спонсорський проект) та благодійників (благодійний проект). Відмінність таких проектів пов'язана з тим, що спонсор насамперед переслідує свою вигоду. (Реклама або піар фірми), благодійники виділяють кошти безоплатно. Часто позабюджетне фінансування проектів, що реалізуються освітніми установами, здійснюється за рахунок батьків учнів, педагогічного колективу (наприклад, пошиття корпоративного одягу), шефської організації;

- 3) змішані - кошти залучаються з різних джерел та на різних умовах.

Найбільш різноманітна типологія соціальних проектів освіти за напрямками діяльності, тому що тут з організаційними питаннями безпосередньо перетинаються питання змісту проектів. Розглянемо деякі з класифікацій, щоб показати різноманітність напрямів проектування освіти.

Виділяють чотири види соціальних проектів освітніх організацій: освітньо-пізнавальні, культурні, науково-технічні, суспільно-корисні [9]. Розглянемо їх:

1. Освітньо-пізнавальні проекти – орієнтовані на вирішення проблем, пов'язаних із наданням освітніх послуг певному колу населення. Автори проекту у його ході можуть сформувати професійні компетенції.

2. Суспільно-корисні проекти - орієнтовані на здійснення суспільно-корисної діяльності, залучення до неї більшої кількості учасників, підтримка людей, які займаються цією діяльністю.

3. Науково-технічні проекти – передбачають розробку технічного вирішення актуальної соціальної проблеми. Вони можуть бути орієнтовані як на середовище освітньої організації, так і торкатися суспільних інтересів мешканців певної території (району, міста, регіону), або окремої категорії громадян.

4. Культурні проекти - виступають як мистецькі чи інші аналогічні за змістом програми діяльності.

Таким чином, кожен тип соціального проекту у сфері освіти має низку особливостей. При розробці проекту необхідно враховувати ознаки та характерні особливості кожного з них.

1.3. Організаційно-правові форми забезпечення правової діяльності соціального підприємництва

Саме в часи криз виникають та значно загострюються різного роду соціальні проблеми, адже, стандартні методи вирішення вже не підходять та є взагалі недоцільними. Тому й виникає потреба в кардинально нових інноваційних та нестандартних рішеннях, а також необхідності появи нових поглядів підприємців, які б зуміли сформулювати та застосовувати нові методи та способи щодо розв'язання наявних соціальних проблем.

В Україні на даний час не існує чітко визначено такої організаційно-правової форми як «соціальне підприємство». Тому, соціальний підприємець повинен самостійно обрати найоптимальнішу для себе форму діяльності. Взагалі, найпоширенішими є такі організаційно-правові форми для започаткування соціального підприємства як: громадські організації, благодійні організації, ТОВ, ФОП або їх комбіновані поєднання. Також, існують і інші організаційні форми, це: приватні підприємства; кооперативи; релігійні організації; підприємства, що засновані різними громадськими організаціями осіб з інвалідністю; відкриті акціонерні товариства тощо.

Організаційно-правові форми для здійснення соціального підприємництва в Україні:



Рис. 1.1. Організаційно-правові форми соціального підприємництва[9]

Соціальні підприємства не є обмеженими щодо вибору організаційної форми діяльності, з точки зору їх як суб'єктів підприємницької діяльності. Проведені дослідження щодо соціальних підприємств в Україні у розрізі їх організаційно-правової форми, свідчать про наступне:

- 1) соціальні підприємства (СП) як фізичні особи-підприємці (ФОП) складають 26 %;
- 2) СП як приватні підприємства становлять 16 %;
- 3) СП як громадські організації – 14 %.
- 4) СП як товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) – 13 %;
- 5) СП як сільськогосподарський кооператив – 10 %;
- 6) інші організаційно-правові форми – 21 %.

В більшості, вибір організаційно-правової форми для соціального підприємства відбувається, враховуючи оптимальність його бізнес-моделі, а також існуючої системи оподаткування. Тому, більша частина соціальних підприємств здійснюють свою діяльність у формі ФОП, що дозволяє значно полегшити загальне адміністрування як бізнесу, так і звітності та оподаткування загалом.

Види класичних бізнес-моделей соціального підприємництва (СП) [10]:

Класичні бізнес-моделі, що орієнтовані на певний вид своїх клієнтів (рис.1.2.).



Рис.1.2. Класичні бізнес-моделі СП за видами клієнтів

Вплив соціального підприємства може бути [10]: позитивним; негативним; навмисним; ненавмисним; негачним; проявитися тільки з часом.

Вимірювання соціально-орієнтованого впливу фіксує отримані результати даних про успішність або неуспішність діяльності соціального підприємства (бізнесу). Оцінка соціального впливу відображає причиннонаслідкові зв'язки між певними здійсненими процесами та отриманими результатами. Якщо наявне розуміння певних чітко визначених змін ситуації (проблеми), проводиться вимірювання та відбувається

спостереження за динамікою таких змін, і лише тоді є можливість планувати, керувати, моніторити та своєчасно коригувати ці зміни. Для забезпечення ефективності таких дій, соціальне підприємство й повинне мати чітко визначену соціально-орієнтовану мету, плани змін, систему моніторингу, а також оцінку його виконання тощо.

Класичні бізнес-моделі, що орієнтовані на певний вид оплати від клієнтів.

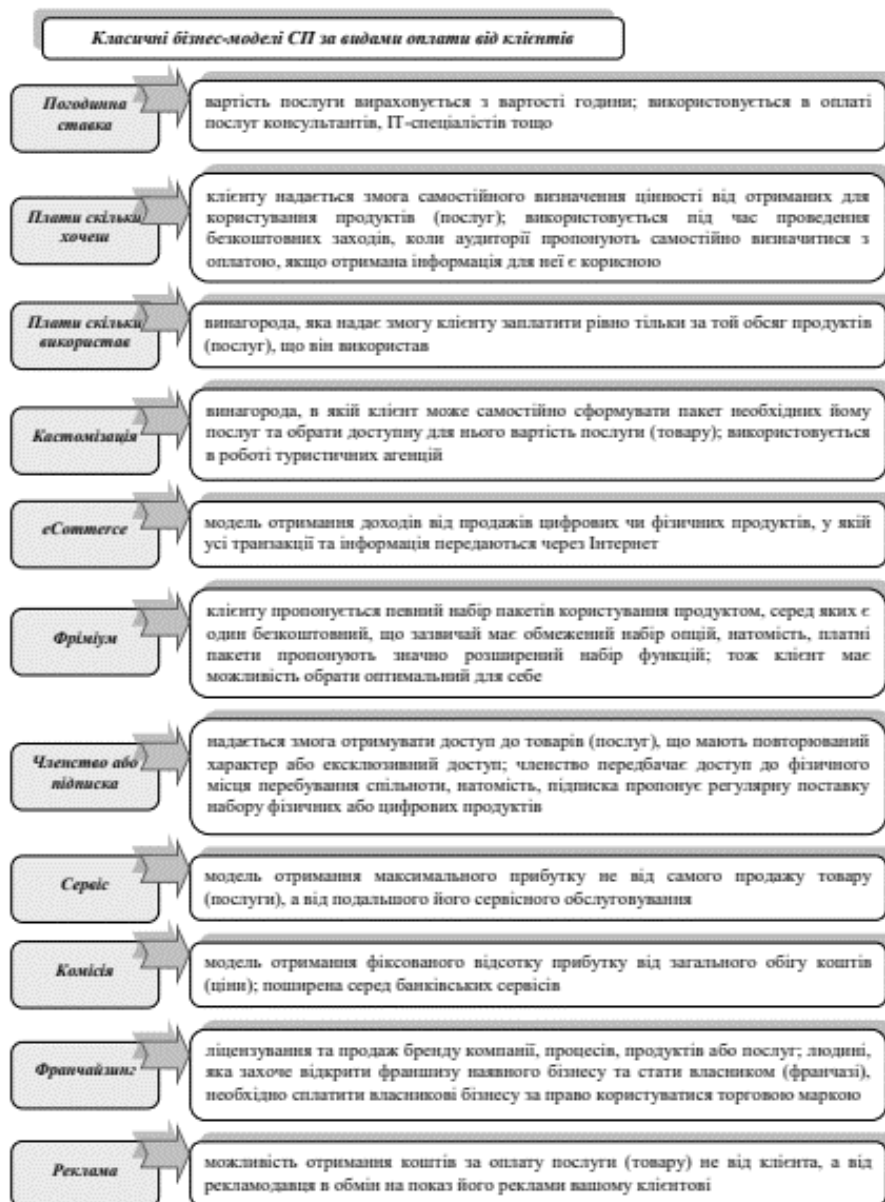


Рис.1.3. Класичні бізнес-моделі, що орієнтовані на певний вид оплати від клієнтів[11]

Перехід на ринкові відносини змінив уявлення про роль освітніх організацій у вирішенні соціальних та економічних проблем. Освіта як чинник соціально-економічного прогресу належить до пріоритетних напрямів державної політики. Освітня політика ХХІ ст. спрямована на реформу існуючої системи освіти та виведення її на міжнародну арену з метою реалізації національних інтересів та підвищення іміджу раїни.

2. Важливим напрямом державної освітньої політики є вдосконалення механізмів функціонування освіти. Для реалізації цієї стратегічної мети необхідне вирішення низки поточних завдань, в числі яких: впровадження в освітніх організаціях всіх рівнів освіти сучасних моделей фінансування; розвиток економічної самостійності освітніх організацій та установ; підвищення інвестиційної привабливості сфери освіти, що дозволить залучити до системи освіти додаткові ресурси - фінансові, матеріальні, інтелектуальні та ін.

Кожна із зазначених проблем є самостійним завданням, що вимагає створення у сфері освіти нового організаційно-економічного механізму функціонування.

Цей механізм повинен включати нові моделі фінансування, що дозволяють компенсувати недостатність коштів, виділених у бюджетах різних рівнів на фінансування освіти. Незважаючи на послідовне збільшення обсягів бюджетного фінансування освіти, вони продовжують суттєво відставати від потреб.

В умовах підвищення самостійності організацій сфери освіти, наділення їх правом заробляти гроші або залучати їх з інших, недержавних джерел, для більшості російських освітніх організацій нагальним завданням стає залучення позабюджетних коштів.

Висновок

В розділі досліджено основні підходи до проектного управління (управління проектами), соціальне проектування у сфері освіти, організаційно-правові форми забезпечення правової діяльності соціального підприємництва.

Проектне управління більшою мірою орієнтоване на задоволення потреб громадян, суспільства та ринку праці якісній освіті, ніж традиційна управлінська система.

В Україні на даний час не існує чітко визначено такої організаційно-правової форми як «соціальне підприємство». Тому, соціальний підприємець повинен самостійно обрати найоптимальнішу для себе форму діяльності. Найпоширенішими є такі організаційно-правові форми для започаткування соціального підприємства як: громадські організації, благодійні організації, ТОВ, ФОП або їх комбіновані поєднання.

На сучасному етапі у сфері освіти реалізується велика кількість проектів та актуальність удосконалення проектного управління з кожним днем зростає.

РОЗДІЛ 2

ПРОЕКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНИХ НЕКОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

2.1. Проектна діяльність соціально орієнтованих некомерційних організацій як метод фандрайзингу

Системний розгляд фандрайзингу як ключового фінансового ресурсу стійкості некомерційної організації поки що не знайшло широкого відображення у вітчизняній літературі. Сама практика фандрайзингу є порівняно новим явищем у житті російського некомерційного сектора, що вимагає концептуалізації на основі наявних конкретних емпіричних даних та великого зарубіжного досвіду.

Фінансова стійкість – ключовий елемент ефективної діяльності недержавних некомерційних організацій. Джерела фінансування є одним із основних факторів розвитку СО НКО.

Механізми фінансування СО НКО вимагають серйозного вдосконалення. Фінансова стійкість, згідно з методологією Агентства міжнародного розвитку США, оцінюється за такими п'ятьма показниками:

- 1) місцева підтримка;
- 2) диверсифікація джерел фінансування;
- 3) система управління фінансами;
- 4) фандрайзинг;
- 5) прибутки.

При цьому лідируюча роль належить фандрайзингу, тобто залученню та акумулюванню коштів з різних джерел на реалізацію проектів та програм. Зарубіжні дослідники наголошують на центральній ролі фандрайзингу в процесі досягнення фінансової стійкості НКО, під якою розуміється здатність організації забезпечувати диверсифіковану ресурсну базу, що дозволяє підтримувати інституційну структуру організації та продовжувати надавати послуги цільовій аудиторії.

Компонентами, що трактується таким чином фінансовою стійкістю є:

по-перше, ефективна система управління фінансами організації, що охоплює системний аналіз витрат та пошук можливостей економії, а також поліпшення фінансового планування та бюджетування;

по-друге, мобілізація ресурсів, що включає наявність стратегії фандрайзингу; ефективний маркетинг проектів організації над ринком донорських ресурсів; партнерські зв'язки з урядом, бізнесом, іншими НКО; і, по-третє, отримання прибутку від продажу товарів та послуг [12].

Традиційно джерела фінансування СО НКО поділяються на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх відносяться внески (членські, засновників, власників), доходи від послуг організації. До зовнішніх відносяться гранти та субсидії органів влади, надходження від комерційних фондів (вітчизняних та іноземних) та інших некомерційних організацій, а також грошові пожертвування населення

Фандрайзинг розглядається як діяльність СО НКО, що базується на унікальній місії та стратегії організації та спрямована на забезпечення організації ресурсами (фінансовими, трудовими, матеріальними) для реалізації місії, досягнення стоять перед організацією цілей, виконання програм й у остаточному підсумку вирішення соціально значимих проблем суспільства.

Результативність фандрайзингу визначається вважати сумарним обсягом оперативних доходів СО НКО у грошовій формі, отриманих із різних зовнішніх джерел фінансування, оцінка не тільки обсягу залучених коштів, а й витрат і навіть збитків, пов'язаних із фандрайзингом протягом кількох років. Крім витрат, пов'язаних із процесом фандрайзингу, СО НКО необхідно враховувати відсоток збереження чи втрати колишніх донорів [12].

В даний час існує безліч методів фандрайзингу, які доступні СО НКО. Найпоширенішим методом фандрайзингу є розробка соціальних проектів і подача їх різні конкурси (приватні, державні, корпоративні). Конкурси класифікуються за такими підставами:

- за рівнем (регіональні, муніципальні);
- за джерелом коштів (бюджетні кошти, приватні пожертвування, бізнес);
- за суб'єктом ініціювання (органи влади, корпорації, фонди);
- з географічного охоплення (вітчизняні, зарубіжні, міжнародні).

У деяких аспектах фандрайзинг і краудфандинг схожі, особливо коли йдеться про добровільні пожертвування. Але все ж таки ці стратегії відрізняються.

Таблиця 2.1

Відмінності фандрайзингу від краудфандингу

Фандрайзинг	Краудфандинг
Систематичне залучення коштів (зазвичай)	Разове звернення за фінансовою допомогою
Ресурси залучаються різними способами – від скарбнички до перерахувань	Збір коштів здійснюється на спеціальних краудфандингових платформах
Пошуком коштів займається фандрайзинговий відділ чи стороння компанія	Пошук фінансування проводить керівник проекту або наближена до нього відповідальна особа
Підходить великим розкрученим організаціям із власним сайтом	Підходить тим, у кого невелике охоплення аудиторії та немає можливості ведення свого сайту
Просування некомерційних організацій та ініціатив, соціально значимих чи благодійних програм	Запуск свого стартапу, створення безкоштовного ПЗ, новітні приватні розробки, підтримка політичної кампанії тощо
Фінансуюча особа натомість може отримати подяку, згадку, рекламу, часом бувають безоплатні вкладення.	За інвестування обов'язково передбачається винагорода - згадки, ранній доступ або екземпляр розробки, а також бонусні умови
Потрібне детальне опрацювання плану та стратегії, значні вкладення в рекламу, просування та маркетинг	Необхідно грамотно подати проект – докладно описати цілі та завдання, створити емоційне звернення. А просування проводиться безпосередньо на краудфандинговій платформі

2.2. Перспективи розвитку фандрайзингу в Україні

Розвитку фандрайзингу в Україні сприяє зростанню ролі організацій громадянського суспільства, які здатні допомогти державі у вирішенні соціальних проблем громадян та підтримці науково-дослідних робіт і проектів.

Діяльність фандрайзера націлюється на розробку комплексу дій, заходів, прийомів у поєднанні з ефективними методами, що вимагає високого рівня володіння знаннями і навичками у багатьох сферах: менеджменті, маркетингу, стратегічному плануванні, зв'язках з громадськістю, проектній діяльності, фінансах, правовому регулюванні тощо.

Спеціаліст з фандрайзингу має опанувати великого системного обсягу знань. В Україні засновано Інститут професійного фандрайзингу, місією якого є створення середовища для ефективної, прозорої та відповідальної благодійності в Україні шляхом утвердження демократичних стандартів практики фандрайзингу [13].

В умовах наближення до соціально орієнтованої ринкової економіки, розвитку громадянського суспільства та соціальних ініціатив, зростає роль благодійності як форми соціальної відповідальності громадян перед суспільством у вигляді меценатства, спонсорства та підтримки через надання грантів, пожертвувань, матеріальних, інформаційних ресурсів тощо . Поширення благодійності і придбання нею форми організованої діяльності призвело до виникнення фандрайзингу як науки про планування дій, які допоможуть організовано діяти і меценатам, і бенефіціарам. Зростання ролі і кількості організацій громадянського суспільства (ОГС) за Останніми роками (табл. 2.1) спонукає розвиток фандрайзингу в Україні як інструменту мобілізації джерел ресурсів тим, хто в них потребує, а його дослідження є досить актуальним завданням сучасності.

Таблиця 2.2.

Кількість окремих категорій неприбуткових організацій України

Форми господаювання	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Організаційні об'єднання громадян	1466	1578	4461	4470	5790	6800	7600	8096	9120
Громадські організації	1466	1578	4461	4470	6754	8012	9562	1087	1108
Благодійні організації	12860	13475	14055	14999	15670	16850	17960	18645	1986

В структурі країн Західної Європи середньостатистичний річний бюджет неприбуткових організацій (ендаумент-фондів, НПО), і відповідно, додаткових джерел фінансування освіти складають: 47% – доля комерційних джерел, благодійні внески, зокрема, гранти від міжнародних фондів формують приблизно 42%, фінансування фізичних та юридичних осіб – відповідно трохи більше 11%.

На відміну від європейських країн, в Україні згідно з даними соціологічного дослідження «Правові ініціативи» річний бюджет неприбуткових організацій (благодійних фондів), що безпосередньо фінансують вітчизняні освітні та культурні програми приблизно має таку структуру: закордонні благодійні фонди та міжнародні спонсорські організації — 7,5%; бізнес структури — 28,6%; органи виконавчої влади та місцевого самоврядування — 18,9%; фізичні особи — 30%; юридичні особи — 15%

В умовах кризи в Україні та скорочення фінансування проектів і послуг ОГО з боку іноземних, приватних донорів та державного фінансування, фандрайзинг може бути адекватним засобом сприяння розвитку громадянського суспільства та забезпечення соціальних і інших важливих послуг для громадян.

Фандрайзинг дуже корисний для некомерційних організацій. Але й комерційні компанії також можуть успішно використовувати цей спосіб при нестачі фінансів просування проекту чи ідеї. Головне – мати багату фантазію, постійно вчитися та використовувати різні інструменти.

Перехід на ринкові відносини змінив уявлення про роль освітніх організацій у вирішенні соціальних та економічних проблем. Освіта як фактор соціально-економічного прогресу відноситься до пріоритетних напрямів державної політики.

Важливим напрямом державної освітньої політики є вдосконалення механізмів функціонування освіти. Для реалізації цієї стратегічної мети необхідне вирішення низки поточних завдань, в числі яких: 1) впровадження в освітніх організаціях всіх рівнів освіти сучасних моделей фінансування; 2) розвиток економічної самостійності освітніх організацій та установ; 3) підвищення інвестиційної привабливості сфери освіти, що дозволить залучити до системи освіти додаткові ресурси - фінансові, матеріальні, інтелектуальні та ін.

Кожна із зазначених проблем є самостійним завданням, що вимагає створення у сфері освіти нового організаційно-економічного механізму функціонування.

Цей механізм повинен включати нові моделі фінансування, що дозволяють компенсувати недостатність коштів, виділених у бюджетах різних рівнів на фінансування освіти. Незважаючи на послідовне збільшення обсягів бюджетного фінансування освіти, вони продовжують суттєво відставати від потреб. Крім того, можливості збільшення фінансування не безмежні.

У зв'язку з цим, а також в умовах підвищення самостійності організацій сфери освіти, наділення їх правом заробляти гроші або залучати їх з інших, недержавних джерел, більшість російських освітніх організацій нагальним завданням стає залучення позабюджетних коштів. Як наслідок, перед ними постає питання: де взяти ці додаткові ресурси та як їх залучати?

Крім того, по всьому світу набула поширення концепція соціальної відповідальності бізнесу, що стало найважливішою складовою поняття про стійкий розвиток не тільки бізнесу, але та суспільства в цілому; концепція венчурної філантропії, філософія соціального підприємництва та ефективного альтруїзму. Запит на осмислення феномена соціальних інвестицій дедалі більше чітко проявляється у різних країнах світу. Роль такого роду вкладень та його ефект для сталого розвитку нашого суспільства та економіки загалом неоцінна. Синергія держави, бізнесу та некомерційного сектора та їх сприяння створенню комфортного для соціальних інвестицій середовища є важливими факторами інтенсивного розвитку цієї галузі.

За кордоном фандрайзинг набув широкого поширення, В Україні ж дана технологія освоюється порівняно недавно. Світове лідерство в галузі фандрайзингу належить США, на другому місці знаходиться Великобританія [14]. Континентальні європейські країни у сфері фандрайзингу істотно відстають від лідерів, фактично розвиваючись за стратегією розвитку, що наздоганяє. Серед азіатських країн останніми роками активно роботу у сфері фандрайзингу ведуть Південна Корея та Китай.

В даний час Україна приступила до формування сучасної університетської системи, яка відповідала б цілком певним міжнародним вимогам та стандартам. Просування за цим напрямом передбачає формування вузів з високою господарською самостійністю, які мають відповідні механізми університетського управління, до яких входить інститут університетських ендаументів. Етимологія слова ендаумент походить від його прямого англійського перекладу: endowment – дар, пожертвування, наділ.

Під ендаументом або цільовим капіталом некомерційної організації розуміється частина майна некомерційної організації, сформованої з допомогою пожертвувань, внесених дарувальником (жертвувальником, жертвувальниками) як коштів. Дані кошти передаються некомерційною організацією довірче управління керуючої компанії для отримання доходу, що використовується для фінансування статутної діяльності некомерційної

організації у порядку, передбаченому Федеральним законом. У сучасному світі ендаумент є однією з найбільш популярних форм фінансової підтримки некомерційних організацій.

Відповідно до закону цільовий фонд може використовуватися лише з некомерційною метою.

До сфер, на проекти яких можуть бути використані доходи від цільового капіталу, належать: освіта, наука, охорона здоров'я, культура, мистецтво, фізична культура та спорт (за винятком професійного спорту), архівна справа та соціальна підтримка. Це обумовлено особливою значимістю перерахованих вище напрямків діяльності для формування соціального клімату в суспільстві, за важливості всіх інших

2.3. Соціальний маркетинг в управлінні соціальними проектами

Соціальний маркетинг (некомерційний маркетинг) – це діяльність некомерційних утворень або фізичних осіб у конкурентному середовищі, заснована на принципах класичного маркетингу та спрямована на досягнення цілей, які пов'язані безпосередньо з отриманням прибутку.

Принципові відмінності соціального маркетингу від класичного маркетингу:

1) соціальний маркетинг охоплює широке коло діяльності людини, куди входять політика, державне управління, охорона здоров'я, освіта, релігія, наука, благодійність, спорт, мистецтво, культура і т.д.;

2) соціальний маркетинг сприяє більш повному та ефективному задоволенню життєво важливих потреб людини, наприклад, самореалізації особистості, реалізації громадянських прав і свобод, участі в управлінні державою, освітою тощо;

3) соціальний маркетинг вирішує проблеми щодо встановлення взаємозв'язків між інтересами різних груп некомерційних суб'єктів: державних, недержавних та фізичних осіб [14].

Класиком маркетингу Філіпом Котлером, який сприяв визначення соціального маркетингу як окремого виду, що звертає увагу на зв'язок соціального маркетингу та комунікаційних функцій. «Соціальний маркетинг - це розуміння людей і таке з ними спілкування, яке веде до засвоєння ними нових поглядів. Зміна їхньої позиції змушує змінювати власна поведінка, що впливає на вирішення тієї соціальної проблеми, до якої Ви залучені».

Ще один дослідник цієї сфери, Карен Фокс, зазначив, що соціальний маркетинг передбачає донесення інформації до громадськості про певні товари, програми, послуги або до певної групи людей з метою вирішення існуючої соціальної проблеми [15].

Маркетинг некомерційних суб'єктів є результатом некомерційної та комерційної складових маркетингової діяльності некомерційних утворень та фізичних осіб, націлений на максимізацію соціального ефекту від вироблених ними товарів. Як основні серед структурних компонентів виділяються такі: активізація споживача, інформування споживача (засобами некомерційної реклами, пропаганди та PR), переконання споживача, рух уперед та постійне вдосконалення всього, що стосується маркетингу.

Таким чином, соціальний маркетинг – це використання принципів та методів маркетингу для надання такого впливу на цільову аудиторію переконало її добровільно прийняти відкинути, модифікувати чи припинити певна поведінка на користь окремих людей, груп чи суспільства в загалом. Мета соціального маркетингу – підвищення якості життя.

Розглядаючи соціальний маркетинг з погляду комплексу функцій соціального управління виділяють 4 основні ознаки.

- 1) Соціальний маркетинг визначається як систематичний процес планування та прийняття управлінських рішень, ґрунтуючись на аналізі різних ситуацій та формулювання соціальних цілей;

- 2) Соціальний маркетинг розглядається як комплекс дій та заходів, завжди спрямований на вирішення соціальних завдань. Основним завданням є задоволення соціальних потреб конкретних груп населення;

3) Діяльність соціального маркетингу здійснюється в різних соціальних сферах;

4) Досягнення соціальних цілей та завдань стимулює ініціаторів соціального маркетингу до постійного розвитку, який полягає в застосування різних маркетингових технологій та способів.

Суб'єкти соціального маркетингу використовують процес планування маркетингової діяльності у розробці маркетингових стратегій. В процесі даної діяльності визначають цілі соціальних змін. При цьому відбувається аналіз переконань, ціннісних уявлень, відносин, поведінкових проявів представників, певних суспільних груп, на яких проводитиметься вплив. Проводиться оцінка варіантів здійснення комунікацій із цими громадськими групами. Оцінюються різні форми та способи доведення запланованих заходів; розробляється план реалізації заходів чи комплексної програми [10].

У контексті комплексу маркетингу під просуванням розуміються всі маркетингові комунікації, які дозволяють привернути увагу цільової аудиторії до продукту, що просувається, сформувати знання про його ключові характеристики, сформувати потребу у придбанні, проінформувати цільову аудиторію і переконати в чомусь [14].

Інформаційний супровід є систематичним і цілеспрямований процес створення ефективної комунікації, надання інформації цільовій групі, зацікавленій у отриманні інформації. Термін «інформаційний супровід» в даний час перебуває у стадії становлення. Він не має чіткої дефініції і в термінологічних словниках йому не приділено належної уваги. Між тим різні дослідники у своїх роботах досить часто застосовують його, даючи своє трактування або взагалі обходячись без пояснення. І сприйняття терміна читачем відбувається інтуїтивно, з контексту наукової роботи.

Основні комунікаційні канали для СО НКО включають:

- рекламу;
- зв'язок із громадськістю (PR);
- спеціальні заходи;

- прямий маркетинг;
- друковані матеріали;
- спеціальні засоби просування;
- вивіски та експозиції;
- персональні канали комунікацій;
- популярні засоби поширення інформації.

Реклама має неособисті форми комунікації, що здійснюються за допомогою платних засобів розповсюдження інформації, з чітко зазначеним джерелом фінансування [15].

Реклама вважається найбільш дієвим інструментом комунікацій, що дозволяє охопити широку аудиторію. Зв'язки з громадськістю (PR) припускають «використання редакційного, а не платного місця та/або часу у всіх засобах розповсюдження інформації, доступних для читання, перегляду чи прослуховування існуючими, чи потенційними клієнтами фірми, на вирішення конкретної завдання – сприяти досягненню поставленої мети» [15].

Цей канал найчастіше розглядається населенням як найбільш достовірним. Тип каналу комунікації як зв'язку з громадськістю є для СО НКО найкращим, оскільки вимагає найменшого фінансування. Також є одним з основних засобів формування суспільної думки.

Створення позитивного образу, формування громадської думки, процес інформування та привернення уваги ЗМІ та громадськості – це напрями роботи PR-фахівця. Багато проблем третього сектору можуть бути вирішені за допомогою PR-технологій, а добре організована, систематична PR-діяльність може стати стратегічним ресурсом некомерційних організацій. Незважаючи на необмежені можливості професійного зростання, розкриття творчих здібностей та реалізації нестандартних ідей і рішень в некомерційному секторі, більшість PR-спеціалістів на сьогоднішній день вважають за краще працювати в комерційних компаніях чи політичній арені. Через це вітчизняні

некомерційні організації практично не використовують у своїй діяльності можливості зв'язків із громадськістю.

Зв'язки з громадськістю (PR – англ. publicrelatio № s) – діяльність, метою якою є інформування громадськості, населення, засобів масової інформації про рішення, ухвалені урядом, державними органами, їх значення для економіки та політики, очікуваних наслідках. У сферу суспільних зв'язків входять соціологічні та маркетингові дослідження та дії, що робить цей предмет занять актуальним і для великих компаній, фірм [16].

У рамках некомерційних зв'язків із громадськістю можна виділити два основних напрямів діяльності.

1. Просування соціальних програм та проектів, ініціатором яких можуть виступати держава, громадські інститути, комерційні структури. Основними завданнями тут є:

- вивчення та аналіз громадської думки;
- розробка стратегії просування соціальної програми, проекту, акції;
- розробка ефективних каналів комунікації із цільовими групами;
- привернення громадської уваги до проблеми, програми з боку державних та комерційних структур, широкому загалу;
- комплексна інформаційна підтримка;
- взаємодія з лідерами думок.

2. «Зв'язки з громадськістю третього сектора» вирішують такі основні завдання:

- формування сприятливого суспільного середовища для діяльності некомерційних організацій;
- привернення уваги владних структур до програм некомерційних організацій;
- підготовка та реалізація програм для залучення спонсорських коштів [15].

PR у соціально орієнтованих організаціях можна поділити на внутрішній та зовнішній.

Кожен напрямок переслідує свої цілі та використовує окремі інструменти. Основними цілями внутрішнього PR є:

- вибудовування внутрішньоорганізаційних комунікацій;
- формування та зміцнення внутрішньоорганізаційної культури;

зміцнення лояльності працівників організації.

Основними завданнями даної технології є:

- формування єдиного інформаційного простору;
- подолання комунікативних розривів та досягнення

взаєморозуміння;

- отримання зворотного зв'язку від працівників організації;
- демонстрація відкритості керівництва;
- роз'яснення політики в галузі навчання та розвитку персоналу та

добровольців;

– формування стандартів поведінки відповідно до певної організацією етикою (кодексом).

Інструменти внутрішнього PR умовно можна поділити на 4 групи:

1) інформаційні (сайт, соціальні мережі, стенди, листівки, повідомлення, друковані ЗМІ);

2) аналітичні (поштові скриньки, анкетування, фокус – групи, моніторинг персоналу та добровольців);

3) комунікативні (традиційні для організації свята, внутрішнє навчання, адаптаційні тренінги, професійні змагання тощо);

4) організаційні (збори, наради, виступи керівництва, розробка та впровадження внутрішньоорганізаційних стандартів тощо) [16].

Зовнішній PR спрямований на роботу із зовнішньою (щодо організації) цільовою аудиторією, найчастіше із клієнтами. Управління даним видом комунікацій включає наступний комплекс заходів:

- управління комунікаціями зі ЗМІ (створення баз даних за ключовими ЗМІ; формування/збільшення пула ключових журналістів; розробка інформаційних приводів; створення прес-матеріалів; розсилання та розміщення матеріалів у ЗМІ; створення, підготовка та проведення пресмероприятій; організація та підготовка інтерв'ю, коментарів, відгуків);
- управління комунікаціями у діловому співтоваристві: (складання для організації календарного плану найбільш підходящих, з погляду відвідування чи участі заходів; організація участі НКО в спеціалізованих/іміджевих заходах, таких як виставки, форуми, конференції);
- управління Інтернет-комунікаціями: (розробка та реалізація програм просування організації мережі Інтернет);
- ребрендинг та репозиціонування.

PR-фахівці повинні встановити та підтримувати взаємини, необхідні для організаційного самоврядування та сприяти надходження ресурсів, без яких організація не зможе виконувати свою гуманітарну місію.

Реалізація соціальних проектів СО НКО є механізмом впровадження соціальних інновацій, спосіб залучення фінансів та стратегічного планування на пряму діяльності організації у межах цільової установки проекту. Не випадково серед цілого спектра питань управління соціальними проектами PR посідає особливе місце. Залежно від того, як складуться відносини між проектною групою та цільовими групами, вирішується питання, чи буде зрештою реалізовано проект, і які результати буде досягнуто [17]. Тому вміння формувати позитивний клімат, позитивне ставлення до проектною команди можливих спонсорів та суспільства загалом зводить зв'язки України із громадськістю у розряд тих видів діяльності, що визначають подальше масштабування результатів проекту, розвиток соціальної сфери та вирішення цілого спектру соціально значимих завдань.

Технології зв'язків із громадськістю застосовуються для вирішення задачі досягнення суспільної одностайності у сприйнятті цілепокладання та способів досягнення результатів соціально значимого проектування. Вони

допомагають не формувати контингент однодумців проекту, формувати лояльне ставлення до цієї роботи та вирішення тієї чи іншої соціальної проблеми.

Тут важливо зрозуміти, що ставлення до проекту включає 3 складових:

- ставлення до команди (людини, групи, компанії), що реалізує проект;
- ставлення до отримувачів результатів проекту;
- відношення до методів досягнення мети проекту.

Слід враховувати, що робота із ЗМІ виступає найважливішим інструментом PR. Важливо підкреслювати унікальність та відмінні характеристики соціального проекту за його позиціонування.

Загальна оцінка продуктивності PR-технологій при просуванні соціального проекту лежить у площині таких чотирьох показників, як розміщення, впізнаваність, залучення та вплив.

Розміщення оцінюється з огляду на кількість переглядів новин про проект та числа статей у ЗМІ.

Впізнаваність визначається кількістю респондентів, знайомих із змістом проекту та з учасниками проектної групи.

Залучення – показник кількості відвідувачів сайту проекту та обсяг інформації у базі даних інформації.

Вплив характеризується кількістю нових учасників проектної групи, а також числом партнерів, включаючи інвесторів. Кожен проект має свою специфіку. Вибір PR-технологій для просування зумовлений різними причинами: географією проекту, цільовою групою, кошторисом проекту, наявністю партнерів тощо.[17]

Можна окреслити такі види заходів для журналістів: прес-конференція; прес-брифінг; інформаційна зустріч; круглий стіл; презентація; виставка; поїздки для журналістів; робота з журналістами на акціях; інформаційне партнерство.

Представленість проекту у медійному просторі – це спосіб формування суспільної норми соціальної відповідальності, супроводу та підтримки громадянської активності, інформаційної відкритості діяльності СО НКО.

Для організації успішної PR-кампанії стосовно специфіки умов окремо взятої СО НКО, необхідно визначити конкретні цілі та розробити відповідні заходи щодо досягнення їх. При розробці кампанії зазвичай спираються на дані проведених досліджень, аналізуються результати попередньої роботи.

PR-кампанія складається з комплексу взаємопов'язаних PR- акцій та заходів, об'єднаних однією метою, що охоплюють певний період часу та розподілених у часі так, щоб один захід доповнювало інше. PR-кампанія спрямована на досягнення цілком конкретних результатів, здатних сформувати або змінити ставлення цільових груп до СО НКО, тим чи іншим програмам та проектам.

Планування PR-кампанії включає розробку стратегії сегментації аудиторії та стратегії позиціонування. Організація та проведення PR-кампанії включають два взаємопов'язані етапи:

- визначення базових сегментів потенційної аудиторії;
- побудова програм комунікації з кожним із сегментів.

Успішність програм комунікації залежить від точності визначення та опис сегментів. Особлива увага при розробці PR-кампанії приділяється визначення цільових груп, так як ефективність впливу сильно залежить від характеристик аудиторії, інформаційні повідомлення надають специфічна дія в залежності від адресата.

Цільову аудиторію PR-кампанії складають люди, яким хочуть передати інформаційне звернення наскільки можна точніше, щоб уникнути розпилення інформації, так як це тягне за собою марні витрати і призводить до зниження ефективності. Для визначення цільової аудиторії використовують соціально-демографічні, географічні, економічні, культурно- стильові та психологічні критерії. Стосовно кожної з обраних цільових груп проводять певну інформаційну та комунікаційну політику.

Специфіка стратегій сегментації аудиторії PR-кампанії визначається ставленням потенційних груп до інформаційних звернень – характеру, стилю, методам розміщення і т.д.

Сегментація пов'язана із присвоєнням аудиторії певних характеристик. Зазвичай цільові аудиторії характеризують по наступним позиціям.

1. Демографічна: стать, вік, рівень освіти, рід занять, склад сім'ї.
2. Територіальна, в межах яких здійснюється PR-активність: жителі району / міста / області / і т.п., за місцем навчання, роботи і т.д.
3. Економічна: рівень доходу; соціально-політична: соціальний статус; політична орієнтація; правовий статус; наявність дискримінації щодо по відношенню до аудиторії у суспільстві.
4. Психологічна: цінності; особливості поведінки; коло спілкування; способи проведення відпочинку, захоплення.

Оцінка результатів PR-кампанії проводиться за напрямками:

- обізнаність про кампанію;
- зміна знань, стосунків, переконань;
- залучення партнерів або отримання допомоги;
- підвищення задоволеності одержувачів [17].

Сучасні PR-технології дозволяють систематично та комбіновано використовувати всю сукупність інформаційних зв'язків некомерційної організації, реалізувати сильні сторони організації та елімінувати слабкі.

Теоретичні концепції та моделі створюють базу для динамічного розвитку стратегій та методів PR-технологій. Поступово у некомерційному секторі PR стає безперервним, активним, комплексним засобом вирішення довгострокових завдань.

Висновок

Розвиток фандрайзингу - інструмент мобілізації джерел ресурсів тим, хто в них потребує, а його дослідження є досить актуальним завданням сучасності.

Реалізація соціальних проектів соціально орієнтованих некомерційних організацій є механізмом впровадження соціальних інновацій, спосіб залучення фінансів та стратегічного планування напряму діяльності організації у межах цільової установки проекту. Не випадково серед цілого спектра питань управління соціальними проектами PR посідає особливе місце. Залежно від того, як складуться відносини між проектною групою та цільовими групами, вирішується питання, чи буде зрештою реалізовано проект, і які результатів буде досягнуто.

РОЗДІЛ 3

УДОСОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ПРОЄКТНОГО ПІДХОДУ СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ

3.1. Розробка стратегії франчайзинга в ЗВО

Інвестиційна привабливість освітнього установи в частині науки, освіти та культури є однією з головних пересувних триног у питанні соціально-економічного розвитку національної держави. Залучення організаційних, адміністративних, інформаційних та фінансових ресурсів за допомогою застосування механізмів та інструментів фандрайзингу дозволяє вдосконалювати ресурсну базу, впроваджувати інноваційні технології в академічний процес, нарощувати людський капітал установи, підвищувати конкурентоспроможність на освітньому ринку, що, своєю чергою, загалом, сприяє зростанню бренду освітньої установи у сфері філантропії. В сучасних умовах освітні установи мають перелік проблем, які регулярно загострюються та залишаються невирішеними, змушуючи зловживати вибором альтернативних можливостей, у яких простежуються нові підходи, методи та інструменти роботи з фандрайзингової діяльністю.

Для ефективного функціонування в сучасних економічних умов необхідно зміцнювати та розвивати соціальні зв'язки між випускниками, співробітниками та стратегічними партнерами освітнього установи, посилити ролі маркетингу, ділового спілкування на всіх лінійних та вертикальних рівнях, модифікувати систему управління на користь децентралізованого типу, розробити програми розвитку інститутів та підрозділів. Всі ці завдання на етапі розвитку освітньої установи можуть вирішуватись через створення акумулюючого органу, так званого, — центру фандрайзингу та роботи з випускниками, завдання якого лежать у межах наступного:

- залучення та акумулювання позабюджетних джерел фінансування, необхідні реалізації інститутських проєктів і програм;

- розвиток механізмів та технологій проектного фінансування для реалізації цілей та завдань фандрайзингової діяльності в освітній установі;
- обґрунтування потреб освітньої установи відповідно до інтересів потенційних партнерів та рівнем їх залучення до досліджуваної тематики;
- забезпечення задоволення ціннісних вимог партнера - джерела отриманих ресурсів;
- зміцнення фінансової стабільності освітньої установи через забезпечення взаємодії ключових структурних підрозділів із центром фандрайзингу та роботи з випускниками шляхом реформування фандрайзингової діяльності з використанням проектного підходу;
- зміцнення та розвиток академічного, підприємницького та творчого потенціалів випускників, встановлення довготривалих та взаємовигідних партнерських відносин з підприємствами та організаціями реального сектора економіки.

Просування за цим напрямом передбачає формування вузів з високою господарською самостійністю, що мають у своєму розпорядженні відповідні механізми університетського управління, до яких входить інститут університетських ендаументів. Етимологія слова ендаумент походить від його прямого англійського перекладу: *endowment* – дар, пожертвування, наділ.

Під ендаументом або цільовим капіталом некомерційної організації розуміється частина майна некомерційної організації, сформованої з допомогою пожертвувань, внесених дарувальником (жертвувальником, жертвувальниками) як коштів. Дані кошти передаються некомерційною організацією довірче управління керуючої компанії для отримання доходу, що використовується для фінансування статутної діяльності некомерційної організації у порядку, передбаченому Федеральним законом. У сучасному світі ендаумент є однією з найбільш популярні форми фінансової підтримки некомерційних організацій.

Існуючі підходи до забезпечення взаємодії між центром фандрайзингу та роботи з випускниками, структурними підрозділами та стратегічними партнерами освітнього закладу не задовольняють сучасні вимоги до організації процесів фандрайзингової діяльності, оскільки відсутня відповідна інституційна інфраструктура (див. рис.3.1), яка, в першу чергу, покликана забезпечити ефективний порядок організаційних процесів освітньої установи у вигляді системного підходу, залучення студентів, аспірантів, співробітників, випускників та партнерів у проектну діяльність та життя освітньої установи, довіра та лояльність до механізмів та інструментів фандрайзингової діяльності, що, зрештою, дозволить сформувати систему переконань та культивувати культуру щодо фандрайзингу, як альтернативного джерела фінансування науки, освіти та культури.



Рис. 3.1. Інфраструктура фандрайзинга в закладах вищої освіти

Найважливішим завданням для підвищення ефективності роботи центру фандрайзингу та роботи з випускниками, структурних підрозділів освітньої установи є методичне та інструментальне забезпечення діяльності з

формування регламенту взаємодії між структурними підрозділами, потенційними донорами та стратегічними партнерами, що, разом, дозволить консолідувати, систематизувати процес стратегічного управління фандрайзингової діяльності у освітньому закладі.

Для вирішення цього завдання необхідно сформулювати цілі та завдання, визначити принципові підходи до розроблення регламенту взаємодії структурних підрозділів щодо ведення фандрайзингової діяльності у освітньому закладі.

Під регламентом взаємодії розуміється система узгоджених правил, що регулюють організацію та форми спільної діяльності структурних підрозділів у рамках системного просування фандрайзингової діяльності в освітній установі.

Правила приймаються структурними підрозділами на чолі з центром фандрайзингу та роботи з випускниками (ЦФіРВ) з усіма шуканими принципами, інструментами, технологіями та іншими розпорядженнями створення цілісної структури фандрайзингової діяльності.

ЦФіРВ встановлює єдиний порядок та умови реалізації фандрайзингової діяльності в освітній установі, а також визначає межі відповідальності учасників взаємодії.

3.2. Розробка стратегічного підходу до визначення академічного фандрайзингу

Регламентація структурних підрозділів, що взаємодіють в освітньої установі має бути організована на основі принципу взаємної вигідності відносин «постачальників процесу» з «виконавцями процесу», що сприятиме досягненню цілей кожного з учасників процесу діяльності та всієї фандрайзингової кампанії освітньої установи загалом.

Основою метою впровадження регламенту взаємодії є забезпечення показників результативності та ефективності процесу фандрайзингової

діяльності, у реалізації якого приймають спільне участь структурні підрозділи освітньої установи.

На рис. 3.2 представлений концептуальний підхід щодо визначення академічного фандрайзингу, а також взаємодія структурних підрозділів щодо досягнення цілей та завдань фандрайзингової діяльності в освітній установі.

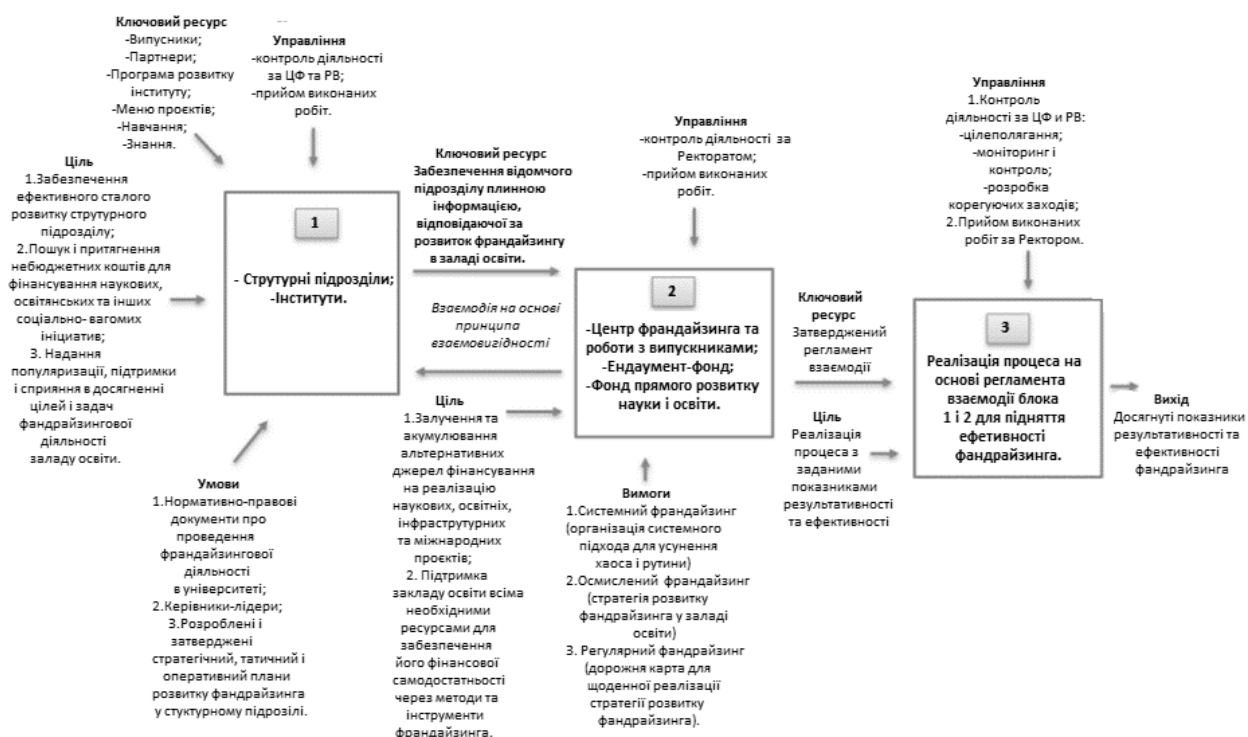


Рис. 3.2 Концептуальний підхід щодо визначення академічного фандрайзингу

Цей підхід складається з трьох послідовних уніфікованих блоків — узгоджених між собою щодо «входів» та «виходів» (умовне позначення "Ключовий ресурс"). Кожен із блоків перед є видом діяльності, який необхідно реалізувати для досягнення локальної мети (умовне позначення «Мета»), що є елементом декомпозиції загальної мети. Для кожного блоку виявлено значущі умови (умовне позначення «Умови»), за яких діяльність може бути здійснена належним чином та у встановлені терміни, а також для кожного з блоків для

досягнення мети передбачені керуючі впливи (умовне позначення «Управління»), що передбачають виконання узгоджених управлінських функцій аналізу, планування, організації, контролю та коригування.

Розробка нормативних документів та внутрішніх регламентів щодо ведення фандрайзингової діяльності в освітньому закладі здійснюється на основі емпіричного та наукового підходів. Емпіричний підхід до розробки регламентів взаємодії є методом «проб та помилок». Він передбачає постійне вдосконалення організаційних процесів до тих пір, поки отриманий результат фандрайзингової діяльності не задовольнятиме встановленим показникам результативності. Застосування емпіричного методу пов'язано з необхідністю постійних коригувальних дій, що призводить до високих витрат тимчасових, матеріальних та людських ресурсів.

При цьому результат розробки та час отримання кінцевого результату не можуть бути спрогнозовані з високим ступенем точності. Науковий підхід до розробки регламентів щодо ведення фандрайзингової діяльності та взаємодії структурних підрозділів заснований на реалізації управлінського циклу PDCA з конкретизацією підпроцесів цілепокладання та основних принципів ІСО – процесного та системного підходів до управління, що таким чином дозволить скоротити витрати на його розробку та впровадження.

У табл.3.1. наведено основні види взаємодій ЦФіРВ та структурних підрозділів відповідно до управлінського циклу. Крім орієнтованості цикл, науковий підхід передбачає виконання взаємозалежних етапів структурними підрозділами: збір та аналіз даних, цілепокладання, моделювання вектора напрямку діяльності, реалізація проектної діяльності у межах освітнього закладу. Всі етапи розробки регламенту в даному випадку є керованими процесами.

Таблиця 3.1

Основні види взаємодій ЦФіРВ та структурних підрозділів
відповідно до управлінського циклу

Етапи управлінського циклу PDCA	Характеристика та вид наданих процесів	Взаємодія управлінського органу та структурного підрозділу
Р — плануй	Планування та запит потреби (програма, проект, захід) у наданні ресурсу на основі заявки до відомчого підрозділу. Розробка та узгодження планів.	Узгодження та затвердження планів ЦФіРВ.
D - роби	Забезпечення структурного підрозділу ресурсами стратегічним партнером. Виконання робіт, передача результатів замовнику, надання взаємної цінності/послуги, еквівалентної отриманим ресурсам.	Доказ виконання проекту. Оформлення актів приймання (договір пожертвування) здавання. Звіт про розподіл ресурсів, про виконану діяльність. Складання індивідуальної програми лояльності та подальшого взаємодії із партнером.
C- Перевірй	Контроль використання ресурсів. Приймання виконаних робіт.	Виявлення ЦФіРВ невідповідностей використання ресурсів. Їхнє документування та оформлення претензійної записки виконавцю.
A - Кори́гуй	Коригувальні заходи. Робота з рекламаціями (вирішення конфліктів та суперечок)	Відповідальність усунення невідповідностей лежить у колі повноважень ЦФіРВ

Такий підхід до формування регламентів щодо ведення фандрайзингової діяльності та взаємодії структурних підрозділів відповідає сучасним принципам проектного та процесного управління, а його практична реалізація дозволяє на «нульовому періоді» обґрунтовано та з високим ступенем точності визначити очікуваний результат, способи його отримання та необхідні ресурси. Крім того, особливістю пропонованого концептуального підходу до визначення академічного фандрайзинга є і те, що порядок діяльності

визначається як штатних ситуацій, так позаштатних ситуацій, не передбачених нормативно-правової базою освітнього закладу.

Для формування регламенту щодо ведення фандрайзингової діяльності ЦФіРВ та взаємодії структурних підрозділів необхідно сформувати процесну модель та виявити явні процеси щодо забезпечення ефективності фандрайзингової діяльності в освітньому закладі. Основою для формування процесної моделі структурних підрозділів буде розроблений стратегічно управлінський підхід.

На рис. 3.3 зображено стратегічний підхід до визначення академічного фандрайзингу з метою підвищення інвестиційної привабливості науки, освіти та культури в освітній установі.

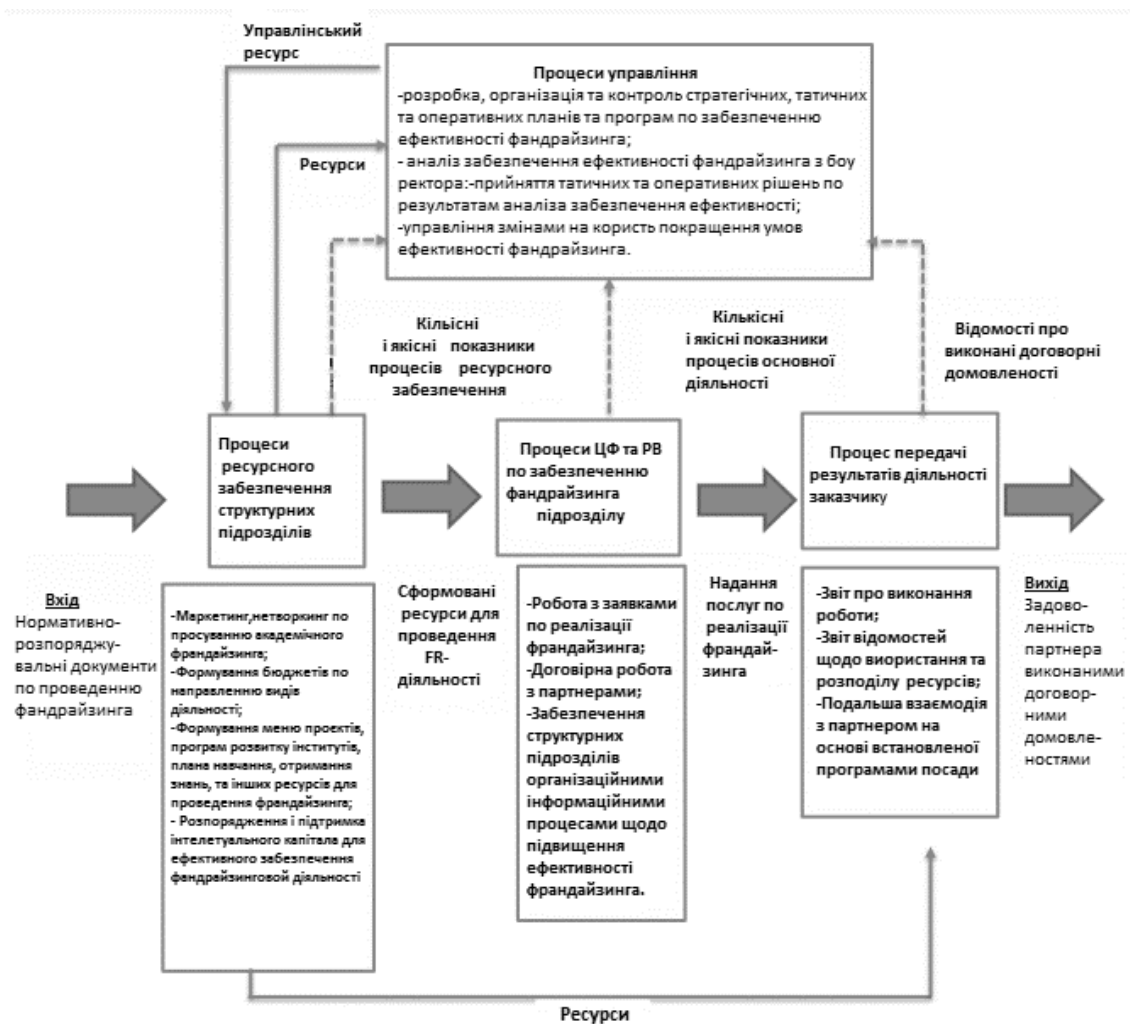


Рис. 3.3. Стратегічний підхід до визначення академічного фандрайзингу

Стратегічний підхід дозволяє визначити, як точки «входу» і «виходу» процесу, і «входи», і «виходи» кожного із блоків. У кожному із представлених блоків необхідно визначити склад процесів. Усі процеси діляться на чотири основні блоки:

Блок «Процеси управління» включає такі процеси, як розробка, організація та контроль стратегічних, тактичних та оперативних завдань щодо забезпечення ефективності фандрайзингової діяльності, розробка нормативної бази, підготовка розпоряджень та наказів, а також управління змінами на користь покращення умов ефективності фандрайзингової діяльності в освітньому закладі.

Блок «Процеси ресурсного забезпечення структурних підрозділів» включає визначення потреб у ресурсах, вибір стратегічних партнерів і укладання з ними договорів, поставки матеріальних цінностей, кадрове забезпечення і т. д.

Блок «Процеси ЦФіРВ щодо забезпечення основної фандрайзингової діяльності» включає організаційний, людський та інформаційний капітал, спрямований на підвищення ефективності фандрайзингової діяльності в освітній установі.

Блок «Процес передачі результатів діяльності партнеру» спрямовано передачу проміжного чи остаточного результату стратегічному партнеру освітнього закладу. Дані концептуальний та стратегічний підходи дозволять сформувати нормативно-правову базу для узгодженості дій між ЦФіРВ та структурними підрозділами в рамках організації системного підходу та управління процесами щодо академічного фандрайзингу. При використанні встановленого регламенту, взаємодія ЦФіРВ та структурних підрозділів, підвищуватиметься ефективність академічного фандрайзингу, збільшуватиметься інвестиційна привабливість науки, освіти та культури, нарощуватиметься продуктивність освітнього закладу у частині зниження витрат

зі стандартизації наукової, освітньої, а також іншої культурно-просвітницької діяльності.

Таким чином, головна особливість застосування академічного фандрайзингу є регуляційні зміни нормативно-правової бази системи освіти, зміна демографічної ситуації у країні, загострення конкуренції над ринком освітніх послуг, щорічне зниження державних обсягів фінансування освітніх установ. Все це призводить до необхідності вивчення методів та інструментів, освоєння управлінським корпусом освітніх установ технологій розвитку академічного фандрайзингу.

Питання інвестиційної привабливості для академічного фандрайзингу є всеосяжним - матеріальні цінності для освітніх установ як ніколи потрібні. Більшість вітчизняних освітніх установ звикли отримувати гроші з державного бюджету та не займаються постійним, системним та осмисленим збором коштів. Тоді як організований академічний фандрайзинг дозволяє залучати ресурси для забезпечення нормального внутрішнього функціонування освітньої установи та здійснення її основної науково-освітньої, культурно-просвітницької діяльності, а значить зримо втілювати свою місію, стратегію із збереженням встановлених цінностей у життя[19].

3.3. Реалізація проєкту

На основі проведених досліджень можна зробити висновок, що необхідна підготовка фахівців СО НКО у напрямі зв'язків з громадськістю. Використовуючи проєктний підхід до навчання фахівців СО НКО та використовуючи досвід інших регіонів, пропонуємо реалізацію проєкту «PRO НКО». Проєкт PRO НКО – комплекс освітніх сесій для фахівців соціально орієнтованих некомерційних організацій з розвитку PR технологій для підвищення кваліфікації лідерів та фахівців некомерційного сектора.

Аналіз ситуації свідчить про те, що необхідна підготовка спеціалістів СО НКО, які зможуть професійно займатися інформаційним супроводом та просуванням соціальних проєктів та діяльності СО НКО.

Навчання PR-фахівців вимагає все більш професійного підходу. З огляду на це в університеті була розроблена магістерська програма «PR та маркетинг НКО».

Випускник даної програми повинен бути здатний до розробки та реалізації репутаційних концепцій для державних структур, комерційних компаній та громадських організацій; застосування PR технологій у формуванні репутації; визначення вартісної оцінки PR-кампаній.

У навчальний план включені такі розділи, як:

- специфіка комунікацій у некомерційному секторі;
- структура некомерційного сектора;
- PR-практики російських некомерційних фондів;
- КСВ-стратегії державних компаній;
- проблематика фінансування соціально корисних ініціатив;
- соціальні проекти у PR-стратегіях компаній.

Змістовний контент освітньої програми для лідерів СО НКО включає наступні предметні модулі: «Розробка соціальних проектів»; "Управління проектом"; «Регіональні повсякденні практики проектної діяльності у СВ НКО в Республіці Татарстан»; "Фандрайзинг"; "PR у фандрайзингу"; "Техніка ділового спілкування". Модуль «PR у фандрайзингу» – спеціалізований підхід до використання PR-інструментів у залученні ресурсів, у короткій характеристиці модуля представлені такі блоки.

1. Тема 1. «PR-технології у діяльності НКО».
2. Тема 2. «Інформаційний супровід проектної діяльності».
3. Тема 3. "Інформаційні кампанії".
4. Тема 4. "Креативні підходи".

Інформаційна взаємодія між СО НКО та суспільством – природний процес. Суспільство має певний інтерес до діяльності СО НКО, а СВ НКО, своєю чергою, прагне залучити суспільство до своєї роботи.

Рано чи пізно у громадської організації виникає потреба грамотного позиціонування себе та просування та інформування про свою діяльності. Це можна зробити за допомогою використання маркетингового підходу: PR-технологій та грамотного інформаційного супроводу. Шляхом створення іміджу СО НКО, PR-кампаній, PR-програм, інформаційної кампанії.

Проект «PRO НКО» допоможе підвищити професіоналізм фахівців, які здійснюють інформаційний супровід та просування діяльності СО НКО та соціально орієнтованих проектів[19].

Проект спрямований на навчання фахівців СО НКО використання PR технологій у діяльності СО НКО, оволодіння практичними аспектами ефективності та коригування програм, кампаній та окремих заходів у галузі комунікації та взаємодії державного, комерційного та некомерційного секторів

Реалізація проекту сприятиме розвитку професійного підходу фахівців СО НКО щодо ефективності впливу на цільові групи громадськості та суспільства в цілому. Від професіоналізму залежить кількість і якість реалізованих соціальних проектів. Проект «PRO НКО» дозволить удосконалювати вибудувати в закладі організовану, систематичну PR діяльність, яка зможе стати стратегічним ресурсом некомерційних організацій. Багато проблем третього сектора можуть бути вирішені PR методами.

Дата початку реалізації: 1 липня 2023 року.

Дата закінчення реалізації: 31 жовтня 2023 року.

Проект буде реалізовано протягом 3 місяців.

Мета проекту: навчання керівників та спеціалістів СО НКО використання PR-технологій у діяльності СО НКО.

Завдання проекту.

1. Розробка та апробація програми з навчання фахівців СО НКО в рамках 3 освітніх сесій.

2. Організація та проведення 3 освітніх сесій «PRO НКО».

3.Створення методичних рекомендацій щодо використання PR-технологій у СО НКО.

Основні цільові групи, на які спрямований проект: керівники та спеціалісти СО НКО, представники органів державної виконавчої влади, соціальних партнерів. Проект розрахований участь 100 осіб у освітніх сесіях, поширення методичних матеріалів з 556 СО НКО.

Вимоги до учасників:

- направлення (заявка) від СО НКО;
- вища та середня професійна освіта;
- проектна ідея для проведення практичних занять.

При складанні програми освітніх сесій враховується особливість організації навчального процесу під час роботи з дорослою аудиторією[19].

Форма навчальних занять проводитиметься з урахуванням особливостей контингенту слухачів: поєднання лекційного інтенсивності з комунікаційним інтерактив: майстер-класи, тренінги. Для реалізації освітньої програми потрібна мобільна команда педагогів: представники «просунутих» СО НКО, наукової спільноти, спеціалісти провідних СО НКО інших суб'єктів. Після завершення проекту – проведення підсумкової атестації: тестування та відгук слухачів про зміст, технології та якості викладання у довільній формі як інструмент зворотнього зв'язку.

Команда проекту складається з наступних позицій:

- керівник проекту;
- керівник освітньої програми проекту;
- відповідальний по роботі з учасниками проекту;
- відповідальний за матеріально-технічне оснащення проекту;
- відповідальний за інформаційний супровід та просування проекту;
- відповідальний за роботу з експертами;
- відповідальний за роботу зі спонсорами та партнерами.

Критерії відбору до проектної команди складаються з наступних

пунктів:

- досвід роботи з даного профілю;
- досвід реалізації соціально значимих проектів;
- профільна освіта.

Наступним етапом розробки проекту PRO НКО є календарний план реалізації заходів проекту, зазначений у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Календарный план реализации проекта

№	Захід	Дата проведення
1.	Формування команди проекту	01.07.2023-10.07.2023
2.	Створення фірмового стилю проекту	10.07.2023-01.08.2023
3.	Створення освітньої програми	10.07.2023-01.08.2023
4.	Пошук партнерів і спонсорів	10.07.2023-01.08.2023
5.	Пошук та залучення в роботу експертів	10.07.2023-01.08.2023
6.	Робота над матеріально-технічним оснащенням проекту	10.07.2023-24.09.2023
7.	Старт інформаційної та PR кампанії проекту	27.08.2023
8.	Реєстрація учасників проекту «PRO НКО»	03.09.2023-24.09.2023
9.	Проведення освітніх сесій	30.09.2023, 07.10.2023, 14.10.2023
10.	Збір та аналіз зворотного зв'язку від учасників проекту	14.10.2023-17.10.2023
11.	Створення методичних рекомендацій	17.10.2023-27.10.2023
12.	Друк методичних рекомендацій	27.10.2023-31.10.2023

Кошти на реалізацію проекту будуть використані за допомогою подання заявки через подання заявок на гранти з повним описом проекту, його цілей та потреб та залучення коштів спонсорів та партнерів.

Деталізований кошторис витрат у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Загальний бюджет проекту

№	Стаття витрат	Вартість(од.), грн.	Кіл-ть одиниць	Всього, грн.
Витрати на проведення заходів				
1.	Флипчарт	4500	2	9000
2.	Бумага для флипчарта	250	2	500
3.	Маркеры (набор 4 шт.)	100	2	200
4.	Вода 20л	200	3	600
5.	Стаканчики (100 шт.)	60	600	360
6.	Чай\кава	400	1	400
7.	Закуси	800	3	2400
8.	Ручки	15	100	1500
9.	Пресс-вол	5000	1	5000
Видавничі, поліграфічні та супутні витрати				
10.	Бейджи	15	100	1500
11.	Блокноти	37	100	3700
12.	Методичні матеріали	79	100	7900
Транспортні витрати				
13.	Переїзд експертів	6000	3	1800
Итого				34860

Як результати проекту очікуються наступні зміни в діяльності СО НКО :

- збільшення проектної активності СО НКО;
- збільшення кількості перемог у конкурсах грантів та субсидій різних рівнів;
- збільшення кількості джерел фінансування СО НКО;
- підвищення довіри населення до діяльності СО НКО;
- збільшення кількості прихильників СО НКО (добровольці, партнери, спонсори) [20].

Таким чином, зв'язки з громадськістю для некомерційних організацій – це не тільки спосіб покращення репутації, залучення нових партнерів та споживачів послуг. Це можливість інформувати про роботу даної організації, яка є оптимальним методом у конкурентній боротьбі.

Щоб некомерційна організація розвивалася та реально вирішувала соціально значущі проблеми, важливо використовувати PR-технології у залученні коштів.

Грамотне використання зв'язків із громадськістю у фандрайзингу буде сприяти збільшенню постійних джерел фінансування та в цілому сприяти сталому розвитку соціально орієнтованих.

Проблемою залишається те, що результати роботи СО НКО дуже складно виміряти у короткостроковій перспективі. Тому потрібно формувати системний підхід у використанні маркетингових інструментів у діяльності СО НКО, вибудовувати системне навчання спеціалістів інструментам соціального Маркетингу [20].

Висновок

В сучасних умовах освітні установи мають перелік проблем, які регулярно загострюються та залишаються невирішеними, змушуючи зловживати вибором альтернативних можливостей, у яких простежуються нові підходи, методи та інструменти роботи з фандрайзингової діяльністю.

Грамотне використання зв'язків із громадськістю у фандрайзингу буде сприяти збільшенню постійних джерел фінансування та в цілому сприяти сталому розвитку соціально орієнтованих.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Законодавство України в сфері охорони праці

Законодавство України про охорону праці – це система взаємопов'язаних нормативно-правових актів, що регулюють відносини у сфері соціального захисту громадян у процесі трудової діяльності. Базується законодавство України про охорону праці на конституційному праві всіх громадян України на належні, безпечні і здорові умови праці, гарантовані статтею 43 Конституції України.

Основоположним документом в галузі охорони праці є Закон України «Про охорону праці», який визначає основні положення щодо реалізації права на охорону життя і здоров'я у процесі трудової діяльності, на належні, безпечні і здорові умови праці, регулює відносини між роботодавцем і працівником з питань безпеки, гігієни праці та виробничого середовища і встановлює єдиний порядок організації охорони праці в Україні. Стаття 2 Закону України «Про охорону праці» встановлює, що дія його поширюється на всіх юридичних та фізичних осіб, які відповідно до законодавства використовують найману працю, та на всіх працюючих.

До основних законодавчих актів, що мають безпосереднє відношення до охорони праці слід також віднести: Основи законодавства України про охорону здоров'я. Кодекс законів про працю України (КЗпПУ). Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності».

Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення». Закон України «Про пожежну безпеку».

Закон України «Про використання ядерної енергії та радіаційну безпеку» тощо. Окремо питання правового регулювання охорони праці містяться і в багатьох інших законодавчих актах України. Це стосується таких

законодавчих актів, як «Цивільний кодекс», «Кримінальний кодекс», Закон України «Про колективні договори і угоди», технічні Регламенти з безпеки промислового обладнання та продукції, що розроблені згідно існуючих вимог Директив ЄС у цій сфері і мають статус Законів, тощо.

Крім вищезазначених законів, правові відносини у сфері охорони праці регулюють інші національні законодавчі акти, міжнародні договори та угоди, до яких Україна приєдналася в установленому порядку, підзаконні нормативні акти: Укази і розпорядження Президента, рішення Уряду, нормативні акти міністерств та інших центральних органів державної влади. Всі ці документи створюють єдине правове поле охорони праці в нашій країні.

4.2. Основні нормативно-законодавчі акти і документи з охорони праці у закладі освіти

Охорона праці – це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження здоров'я і працездатності людини в процесі трудової діяльності.

Адміністрація (роботодавець) не повинна забувати, що найвища цінність – людське життя, здоров'я його працівників.

Адміністрація (роботодавець) зобов'язана знати, що у разі невиконання умов колективного договору або законодавства про охорону праці, працівник має право розірвати трудовий договір за власним бажанням.

У цьому випадку йому виплачується вихідна допомога в розмірі не менше середнього 3-х місячного заробітку.

При укладенні трудового договору громадянин повинен бути проінструктований особисто, під розписку про умови праці на підприємстві з реєстрацією в журналах вступного інструктажу та на робочому місці..

Допуск до роботи осіб, які не пройшли навчання, інструктаж і перевірку знань з охорони праці, забороняється.

Адміністрація (роботодавець) для створення безпечних і нешкідливих умов праці працівників і для власної безпеки зобов'язана керуватися переліком таких основних нормативно-законодавчих актів і документів з охорони праці:

Закон України «Про охорону праці»;

Типове положення про службу охорони праці;

Положення про порядок розслідування нещасних випадків, що сталися під час навчально-виховного процесу в навчальних закладах (Наказ МОН України № 616 від 31.08.2001 року):

Порядок розслідування та ведення обліку нещасних випадків, професійних захворювань і аварій на виробництві (Постанова КМУ № 1112 від 25 серпня 2004 року);

Типове положення про навчання з питань охорони праці;

Положення про розробку інструкцій з охорони праці;

Перелік робіт з підвищеною небезпекою;

Перелік робіт, де необхідний професійний відбір;

Граничні норми підняття і переміщення важких речей жінками;

Граничні норми підняття і переміщення важких речей неповнолітніми;

Положення про медичний огляд працівників окремих категорій;

Перелік посад посадових осіб, які зобов'язані проходити попередню і періодичну перевірку знань з охорони праці;

Порядок розробки і затвердження власником нормативних актів про охорону праці, чинних на підприємстві;

Положення про порядок забезпечення працівників спеціальним одягом, спеціальним взуттям та іншими засобами індивідуального захисту (Наказ Держгірпромнагляду від 24.03.2008 року № 53);

Порядок проведення атестації робочих місць за умовами праці (Постанова Кабінету Міністрів України N 442 від 01.09.1992 року);

Типове положення про комісію з питань охорони праці;

Типове положення «Про кабінет охорони праці».

Адміністрації також необхідно користуватися відповідними галузевими та міжгалузевими нормативно-правовими актами з охорони праці згідно з Державним реєстром міжгалузевих і галузевих нормативних актів з охорони праці.

4.3. Напрями підвищення безпеки праці

Одним із напрямів підвищення безпеки праці є її психологічний аспект.

Тому необхідно:

- створювати психологічний настрій на безпечну поведінку;
- стимулювати безпечну поведінку;
- навчати безпечній діяльності;
- виконувати та контролювати правила безпеки праці;
- виховувати безпечну поведінку;
- створювати психологічний клімат у колективі.

Для створення психологічного настрою працівника на безпеку праці необхідна загальна політика керівництва у галузі охорони праці.

Ставлення керівництва і, особливо, керівника організації, установи, підприємства до питань охорони праці проявляється в тому, яке значення надають вони цим питанням в загальному процесі праці та в якій мірі показник безпеки враховується при оцінці її ефективності.

Працівник вірить у небезпеку тільки в тій мірі, в якій вірить у неї його безпосередній керівник. Тому всі ланки управління виробництвом повинні постійно проявляти інтерес до забезпечення безпеки праці, проявляти підвищену увагу та турботу щодо безпеки та благополуччя працівників. Причому працівники повинні це постійно відчувати. Настрій на безпечну роботу з'явиться у працівника тоді, коли він буде бачити, що на підприємстві, в організації та установі існує суворий контроль за виконанням правил безпеки [23].

На жаль, сьогодні у невиробничій сфері й недержавному секторі економіки стан охорони праці викликає тривогу. Більшість керівників у цих сферах не мають спеціальної підготовки і досвіду роботи з охорони праці. Вони проявляють байдужість до проблем охорони праці і небажання серйозно займатися їхнім вирішенням. Першочерговим завданням охорони праці у невиробничій сфері є формування у роботодавців думки про те, що охороні праці необхідно приділяти пріоритетну увагу. Тоді працівник повірить, що безпека його праці є однією з ключових цінностей підприємства, а це є одним із мотивів його безпечної поведінки.

Безпечній поведінці в процесі праці сприяє стимулювання як засіб мотивації безпеки праці. Термін «стимул» визначається як спонукальна причина активізації дій людини, особливо у тих випадках, коли є прагнення одержати винагороду. Застосування стимулів для мотивації як робітників, так і керівників підприємств, установ, організацій загальноприйнята практика в усьому світі. Як свідчить міжнародний досвід, чергове підвищення заробітної плати (матеріальне стимулювання) працівникові здійснюється з урахуванням роботи без порушень норм охорони праці. Працівники, які порушують норми охорони праці, не мають шансів до професійного росту і є першими кандидатами на звільнення з роботи [23].

Зазвичай, для виховання безпечної поведінки в процесі праці використовується як негативне стимулювання покарання за порушення правил безпеки (штрафи, позбавлення премії, дисциплінарне покарання), так і позитивне заохочування за безпечну роботу (грошові надбавки до заробітної плати, моральне стимулювання).

Найбільш доцільно та ефективно використовувати позитивне стимулювання. Застосування заохочень за безпечну роботу, як свідчить міжнародний досвід, є найбільш дієвим засобом підвищення безпеки праці [23].

Висновки

Законодавство України про охорону праці – це система взаємопов'язаних нормативно-правових актів, що регулюють відносини у сфері соціального захисту громадян у процесі трудової діяльності.

Першочерговим завданням охорони праці у невиробничій сфері є формування у роботодавців думки про те, що охороні праці необхідно приділяти пріоритетну увагу. Тоді працівник повірить, що безпека його праці є однією з ключових цінностей підприємства, а це є одним із мотивів його безпечної поведінки.

РОЗДІЛ 5

ОХОРОНА НАВОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

5.1.Державний контроль у галузі охорони навколишнього середовища

Україна є однією з найбільших за територією, чисельністю населення та економічним потенціалом держав Європи. На території країни зосереджені величезні природні багатства, втім відсутність концептуальних підходів до забезпечення як національної безпеки в цілому, так і екологічної безпеки зокрема негативно позначились на рівні збереження та примноження природних ресурсів і багатств нашої країни.

Система екологічного контролю складається з державної служби спостереження за станом навколишнього природного середовища (моніторинг), державного, виробничого, суспільного контролю.

Моніторинг організується з метою спостереження за тим, що робиться у навколишньому природному середовищі: фізичними, хімічними, біологічними процесами, за рівнем забруднення атмосфери, повітря, ґрунтів, водних об'єктів, наслідками його впливу на рослинний і тваринний світ, забезпечення зацікавлених організацій і населення поточною й екстреною інформацією про зміни у навколишньому природному середовищі, попередженнями і прогнозами цього стану.

Порядок здійснення державного контролю за охороною навколишнього природного середовища та використанням природних ресурсів визначається Законом України «Про охорону навколишнього природного середовища». Його преамбула характеризує екологічну політику як «спрямовану на збереження безпечного для існування живої і неживої природи навколишнього середовища, захисту життя і здоров'я населення від негативного впливу, зумовленого забрудненням навколишнього природного середовища, досягнення гармонійної взаємодії суспільства і природи, охорону, раціональне

використання і відтворення природних ресурсів» [24] та іншим законодавством України.

Отже, державна екологічна політика – це законодавчо виражена політична воля, екологічні цілі та шляхи їх досягнення. Основи екологічної безпеки в Україні проголошені в Декларації про незалежність України від 16 липня 1990 року, на конституційному рівні – в ст. 16 Конституції України проголошено, що екологічна безпека і екологічна рівновага на території України, збереження генофонду народу – обов’язок держави [25]. Важлива ст. 34, яка гарантує кожному громадянину право вільно збирати, використовувати і поширювати інформацію будь-яким доступним засобом.

Дуже важливі ст. 49 та 50, які гарантують право кожній людині на охорону здоров’я, медичну допомогу, безпечне для життя і здоров’я природне середовище і, у випадку порушення цього права, компенсацію нанесеної шкоди. До речі це право, крім України проголошено в конституціях небагатьох держав – Іспанії, Португалії, Польщі [25].

Державному регулюванню підлягають стан навколишнього природного середовища, тобто сукупність природних і природносоціальних умов і процесів, природні ресурси, як залучені до господарського обігу, так і ті, що на цей час не використовуються в народному господарстві (земля, надра, води, атмосферне повітря, ліси та інші природні комплекси).

Суть державного регулювання охорони навколишнього природного середовища визначається екологічною політикою держави, яка спрямовується на збереження безпечного для існування живої і неживої природи довкілля, на захист життя та здоров’я населення від негативного впливу забруднення навколишнього природного середовища, на досягнення гармонічної взаємодії суспільства і природи, на охорону, раціональне використання й відтворення природних ресурсів [26].

В основу формування екологічної політики України було покладено базовий принцип, згідно з яким екологічна безпека держави стала важливим елементом і складовою національної безпеки. Положення, що розвивають цей

принцип, було закріплено Конституцією України, низкою інших законів та підзаконних нормативно-правових актів. Державний контроль у галузі охорони навколишнього середовища здійснюється Радами народних депутатів та їх виконавчими і розпорядчими органами, Міністерством охорони навколишнього природного середовища України, його органами на місцях та іншими спеціально уповноваженими державними органами.

Державна екологічна політика визначається як комплекс засобів і заходів, спрямованих суспільством і державою на охорону та оздоровлення довкілля, ефективне поєднання природокористування і природоохорони та забезпечення нормальної життєдіяльності громадян, який має два виміри – нормативний і регуляційний. Перший – це система правил і норм, другий – це конкретні дії для охорони навколишнього середовища [27].

Основні засади (стратегія) державної екологічної політики України на період до 2020 р., затверджені Законом України від 21 грудня 2010 р. №2818, серед першопричин екологічних проблем України називають:

- успадковану структуру економіки з переважаючою часткою ресурсо - та енергоємних галузей, негативний вплив якої був посилений переходом до ринкових умов;
- зношеність основних фондів промислової і транспортної інфраструктури;
- існуючу систему державного управління у сфері охорони навколишнього природного середовища, регулювання використання природних ресурсів, відсутність чіткого розмежування природоохоронних та господарських функцій;
- недостатню сформованість інститутів громадянського суспільства;
- недостатнє розуміння в суспільстві пріоритетів збереження навколишнього природного середовища та переваг сталого розвитку;

– недотримання природоохоронного законодавства [28].

Сучасна екологічна ситуація в Україні залишається вкрай складною, навантаження на довкілля має тенденцію до зростання, а природоохоронні заходи держави ще не забезпечують повною мірою потреб суспільства в охороні довкілля через недостатньо розвинений механізм їх реалізації та недієвість державного контролю і нагляду за дотриманням природоохоронних вимог.

Отже, державний контроль у сфері охорони довкілля є важливою складовою національної екологічної політики, що являє собою комплекс засобів і заходів, спрямованих суспільством і державою на охорону та оздоровлення довкілля, ефективне поєднання природокористування і природоохорони та забезпечення нормальної життєдіяльності громадян. З метою оптимізації системи державного контролю у сфері охорони навколишнього середовища, перспективним, видається розробка і прийняття спеціального Закону України «Про екологічний контроль» та продовження практики створення в нашій державі спеціалізованих природоохоронних прокуратур на правах обласних з чітко визначеною компетенцією, діяльність яких поширюється на декілька регіонів.

5.2. Основними штучними джерелами забруднення довкілля

Спостереження за якістю атмосферного повітря в м. Миколаїв виконуються на 4 стаціонарних пунктах спостережень. Для оцінки рівня забруднення атмосфери використані дані моніторингу атмосферного повітря міста, надані Управлінням екології та природних ресурсів Миколаївської ОДА.

На даний час виконуються спостереження за вмістом 7 ЗР: пил, діоксид сірки, оксид вуглецю, діоксид азоту, оксид азоту, фтористий водень і формальдегід. В окремі роки також аналізувався вміст бенз(а)пірену, але ці дані є систематичними і у розрахунках не враховувались. Аналіз вихідної інформації показав, що максимальні концентрації зі значними перевищен-

нями ГДК відзначались за вмістом формальдегіду. Також значні концентрації з окремими перевищеннями ГДК_{сд} відзначались за вмістом діоксиду азоту. Можна відзначити незначне збільшення вмісту в атмосферному повітрі пилу, діоксиду сірки, оксиду вуглецю і формальдегіду.

Оцінка забруднення атмосферного повітря відносно ГДК за нормативним показником ГДЗ становить допустимий рівень забруднення за пилом. Рівень забруднення за іншими показниками відноситься до недопустимого, ступінь небезпеки – небезпечний.

За сумованим показником забруднення атмосферне повітря міста відноситься до не допустимого рівня забруднення, ступень небезпеки змінюється від помірно небезпечного ЕПЗ=4,3 (пр. Мира – вул. Космонавтів) до дуже небезпечного ЕПЗ=10,1 (пр. Жовтневий – вул. Космонавтів). Відповідно до комплексного індексу забруднення атмосферне повітря відносяться до дуже високого рівня забруднення $ІЗА \geq 14$.

Формування комплексного індексу забруднення атмосфери (ІЗА) складає 50–60% плюмбуму та його сполук, 20–25% пил, 10–20% діоксид нітрогену. Окремо формується забруднення атмосферного повітря в районі перехрестя пр. Жовтневий – вул. Космонавтів за показником ІЗА за сполуками плюмбуму та купшаруму 73%.

Недопустимий ступінь небезпеки техногенного навантаження транспортними засобами на атмосферне повітря за визначеними показниками свідчить про необхідність впровадження природоохоронних заходів щодо забезпечення сприятливих умов для існування громадян міста.

5.3. Заходи запобігання забрудненню навколишнього середовища

Стан здоров'я населення суттєво залежить від якості природного середовища, у тому числі атмосферного повітря. Для забезпечення його належного санітарно-гігієнічного рівня необхідно запланувати і виконати низку організаційних, правових, технічних, технологічних заходів, а саме:

1. Забезпечити впровадження сучасних технологій, що призводять до зниження викидів забруднюючих речовин в атмосферу
2. При планування вибухових робіт на добувних підприємствах враховувати метеорологічні умови, насамперед напрямки вітрових потоків
3. Забезпечити контроль за дотриманням графіків і технічних вимог налагоджування котлоагрегатів, перевірки ефективності пилогазоочисного устаткування
4. Впровадити стимулюючий механізм до виробників за використання на підприємстві сучасних технологій з забезпеченням зниження навантаження на атмосферне повітря
5. Налагодити дієву систему контролю за виконанням підприємствами запланованих заходів з охорони атмосферного повітря
6. Організувати проведення екологічного аудиту та сертифікації на підприємствах - головних забруднювачах атмосферного повітря
7. Налагодити автоматизований контроль за викидами забруднюючих речовин на головних промислових виробництвах міста
8. Забезпечити організацію СЗЗ на підприємствах згідно з сучасними вимогами
9. Розробити і впровадити систему моніторингу стану атмосферного повітря в зонах найбільшого забруднення при несприятливих метеорологічних умовах з метою управління техногенним навантаженням
10. Більш ефективно вирішити проблему взаємодії транспортних потоків «залізниця – автотранспорт» в межах території .
11. Забезпечити постійний контроль за відпрацьованими газами автобусів, маршрутних таксі, що обслуговують села.
12. Здійснити перевірку наявності і дієвості контрольно-регулюючих постів технічного стану автотранспорту на головних підприємствах .
13. Створити систему контролю за технічним станом особистого транспорту, який забезпечує перевезення пасажирів
14. Облаштувати зелену захисну смугу вздовж автошляхів, залізничного вокзалу, вулиць

15. Передбачити будівництво сучасних обхідних шляхів, транспортних розв'язок для транзитного транспорту, автомобільних паркінгів, у тому числі підземних [29].

Висновки

Суть державного регулювання охорони навколишнього природного середовища визначається екологічною політикою держави, яка спрямовується на збереження безпечного для існування живої і неживої природи довкілля, на захист життя та здоров'я населення від негативного впливу забруднення навколишнього природного середовища, на досягнення гармонічної взаємодії суспільства і природи, на охорону, раціональне використання й відтворення природних ресурсів.

ВИСНОВКИ

Соціальне управління орієнтоване зміню соціальних процесів, негативно впливають життя суспільства. Мета соціального управління може бути досягнута через конструювання та проектування сприятливою для людини соціального середовища та формування громадянського суспільства, підвищення рівня соціальної справедливості та солідарності в соціумі.

Управління соціальної роботи, як частина соціального управління. Повинна шукати нові методи управління для підвищення ефективності професійної діяльності установ соціальної сфери, орієнтованих рішення соціальних проблем. Соціально орієнтовані некомерційні організації, у свою чергу, мають виступати новаторами соціальної сфери, оскільки мають більше можливостей та більш сприятливу середовище для апробації нових технологій

Управління проектами як підхід до соціального управління є одним з найефективніших та передових.

Більшість вітчизняних освітніх установ звикли отримувати гроші з державного бюджету та не займаються постійним, системним та осмисленим збором коштів. Тоді як організований академічний фандрайзинг дозволяє залучати ресурси для забезпечення нормального внутрішнього функціонування освітньої установи та здійснення її основної науково-освітньої, культурно-просвітницької діяльності, а значить зримо втілювати свою місію, стратегію із збереженням встановлених цінностей у життя.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бочарнікова А. Simple SE. Про соціальне підприємництво – просто! 2020. 72 с.
2. Каменко І.С. Соціальне підприємництво в Україні: економіко-правовий аналіз. 2020. 37 с.
3. Соціальне підприємництво та COVID-19: як подолати кризу?. URL: https://www.prostir.ua/?library=sotsialne-pidpryjemnytstvo-ta-covid-19-yakpodolatykryzu&fbclid=IwAR318F2k8eA7J88gCYGmZZcalZFivAoWH52iB1UFivF9q-3fmAnqy_yTiMI.
4. SOCIAL ENTERPRISES AND THEIR ECOSYSTEMS IN EUROPE: MAPPING STUDY. URL: <https://www.euricse.eu/social-enterprises-and-their-ecosystems-in-europe-mappingstudy/>.
5. WHAT IS SOCIAL BUSINESS? URL: <https://www.hec.edu/en/facultyresearch/centers/society-organizations-institute/think/so-institute-executive-factsheets/what-socialbusiness>.
6. Управління проектами і фандрайзинг у сфері освіти: навчально-методичний посібник до курсу / авт.-упоряд. І.В.Єгорова. Івано-Франківськ, 2021. 140 с.
7. Бабій О.Я., Петрик О.В., Скорохода М.Р. Гранти 2022. Каталог донорських організацій: навч.-практичний посібник. Бурштин: Клуб сталого бізнесу, 2017. 89 с.
8. Бабій О.Я., Загородніх Л.П., Батенко О.А. Посібник з фандрейзингу для бізнес-об'єднань: посібник. Київ, 2017. 168 с.
9. Батенко Л.П., Управління проектами: навч. посібник / В.В. Ліщинська. Київ: КНЕУ, 2003. 231с.
10. Бушуєва Н.С. Моделі і методи проактивного управління програмами організаційного розвитку : монографія. Київ.: Наук. світ, 2007. 199 с.
11. Грисюк Ю.С. Проектний та інвестиційний менеджмент: навч. посіб. у 2 ч. / Грисюк Ю.С. Київ.: НАДУ, 2008. Ч.1 Проектний менеджмент. 94 с.

12. Дичківська І. М. Інноваційні педагогічні технології. Навчальний посібник. Київ. Академвидав. 2004.
13. Кобзарев О. Фандрейзинг: навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування. Асоціація міст України. Київ, ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 84 с.
14. Купенко О. В. Педагогічні проекти : навчальний посібник . Суми : Сумський державний університет, 2015. 133 с.
15. Лінник О. О. Творче проектування в організації життєдіяльності: навч.-метод. посіб.; Луганський національний педагогічний ун-т ім. Тараса Шевченка. Луганськ : Альма-матер, 2005. 178 с.
16. Ноздріна Л. В., Ящук В. І., Полотай О. І. Управління проектами: Підручник / За заг. ред. Л. В. Ноздріної. Київ.: Центр учбової літератури, 2010.
17. Пехота О. М., Кіктенко А. З., Любарська О. М. Освітні технології: Навчальний метод. посібник. За заг. Ред. О. М. Пехоти. К. : А. С. К., 2001. 256 с.
18. Підласий І. П. Діагностика та експертиза педагогічних проектів: навч. пос. Київ, 2008. 343 с.
19. Чумаченко І. В., Морозов В. В., Доценко Н. В., Чередниченко А. М. Київ: КРОК, 2014. 673 с.
20. Чернявська О. В., Соколова А. М. Фандрайзинг: навч. посіб. 2-е вид., з доопрац. та допов. Київ: Алерта, 2015. 272 с.
21. Гандзюк М. П., Желібо Є. П., Халімовський М. О. Основи охорони праці : підручник для студ. вищих навч. закл. – К.: Каравела, 2003. – С. 232–234.
22. Гогіташвілі Г. Г. Системи управління охороною праці : навч. посіб. Л.: Афіша, 2002. – С. 119–122.
23. Катренко Л. А. Охорона праці : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. Суми: Університетська книга, 2004. – С. 309.
24. Бровдій В. М., Гаца О. О. Екологічні проблеми України : Навч. посіб.

- з екології / Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. Наук.-дослід. лаб.
з пробл. екол. освіти. – К., 2000. – 110 с.
25. Про екологічну експертизу : Закон України // ВВР, 1995. Л6 8. –
Ст. 54.
26. Про охорону навколишнього природного середовища. Закон України від
25 червня 1991 р. № 1264-XII // Відомості Верховної Ради України. –
1991. – № 41. – С. 546–561.
27. Про Червону книгу України: Закон України // ВВР, 2002. – 3О. –
Ст. 201.
28. Ветвицький Д.О. Розвиток державної екологічної політики України в
умовах глобалізації. Дис. ... канд. юрид. наук: 25.00.02 / Дмитро
Олександрович Ветвицький. – Академія муніципального управління. –
К., 2010. – С. 26.
29. Основні засади (стратегія) державної екологічної політики України на
період до 2020 року. Затверджено Законом України від 21 грудня 2010
року № 2818-VI // Офіційний вісник України. – 2011.
– № 3. – Ст. 158.