

# \* Формула успешного НКО



Александр Гезалов -

Эксперт Общественной палаты РФ, публицист

Ханты-Мансийск 20012

\* Как создать успешное НКО?

\* С чего начать?

\* К чему идти?



# Начало

Проведение исследования проблемы мониторинг, под которую создается общественная организация



## Формы проведения исследования:

- обзор информации местных, региональных и федеральных СМИ,
- проведение опроса местного населения и будущих субъектов взаимодействия,
  - анкетирование,
  - изучение статистических данных официальных органов власти,
  - собственное расследование

# Проведение общего собрания членов будущей НКО

## Определение миссии НКО:

- Ради чего общественная организация создавалась, каких общественных изменений ожидается

## Определение с целями и задачами НКО

**Цель:** куда мы движемся в ближайшей перспективе

**Задачи:** Каким способом мы будем добиваться поставленной цели.



# \* Выбор лидера организации

*Выбор лидера НКО крайне важный момент, важно, чтобы лидер обладал некоторыми ярко выраженными качествами:*

- \* - харизмой,
- \* - работоспособностью,
- \* - честностью,
- \* - коммуникабельностью,
- \* - стрессоустойчивостью,
- \* - менеджерским опытом,
- \* - способностью делегировать полномочия,
- \* - минимальной занятостью,
- \* - психологическими знаниями,
- \* - умением хорошо говорить и убеждать,
- \* - владение оргтехникой и личным авто (если есть),
- \* - умением создать мягкий психологический климат,
- \* - не стяжательный,
- \* - не ищущий славы и денег



# Создание логотипа и слогана НКО

- \* соответствие заявленной миссии НКО,
- \* простота,
- \* использование минимума цвета,
- \* читабельность,
- \* легкая воспроизводимость



# Создание портфолио устойчивых связей с представителями общественного сектора

- \* - подписание договоров намерений,
- \* - достижений устных договоренностей,
- \* - включение в процессы деятельности субъекта (например, создание в СМИ собственных колонок или программ на ТВ)



# Определение общего медиаплана НКО (продвижение идей в общественные массы и представительства власти и СМИ)

- \* - наличие СМИ региона,
- \* - проведение переговоров с главными редакторами о сотрудничестве на перспективу,
- \* - озвучивание важных для социальной группы тем,
- \* - поиск наиболее точных и точечных подач проблемы и способов ее решения через СМИ,
- \* - создание пула журналистов остро пишущих на социальные темы,
- \* - включение журналистов в общий процесс работы НКО.



# Определение форм работы НКО

- \* - клубы общения,
- \* - центры поддержки,
- \* - семинары и тренинги,
- \* - ярмарки реализованных проектов и программ,
- \* - фотоконкурсы,
- \* - совместное проведение дней рождения и иные формы взаимодействия,
- \* - совместные культурно-спортивные проекты,

# Налаживание контактов с другими субъектами общественного поля



- \* - СМИ,
- \* - исполнительной и законодательной власти,
- \* - простыми гражданами,
- \* - представители религиозных конфессий,
- \* - субъектами культуры и спорта (библиотеки, музеи, театры и т.д)

# Создание плана работы

Создание плана работы организации во внешнем секторе:

- \* - какие мероприятия могут помочь преодолеть социальную трудность той или иной социальной категории,
- \* - определение приоритетов эффективных форм работы (акции, перформансы и т.д)

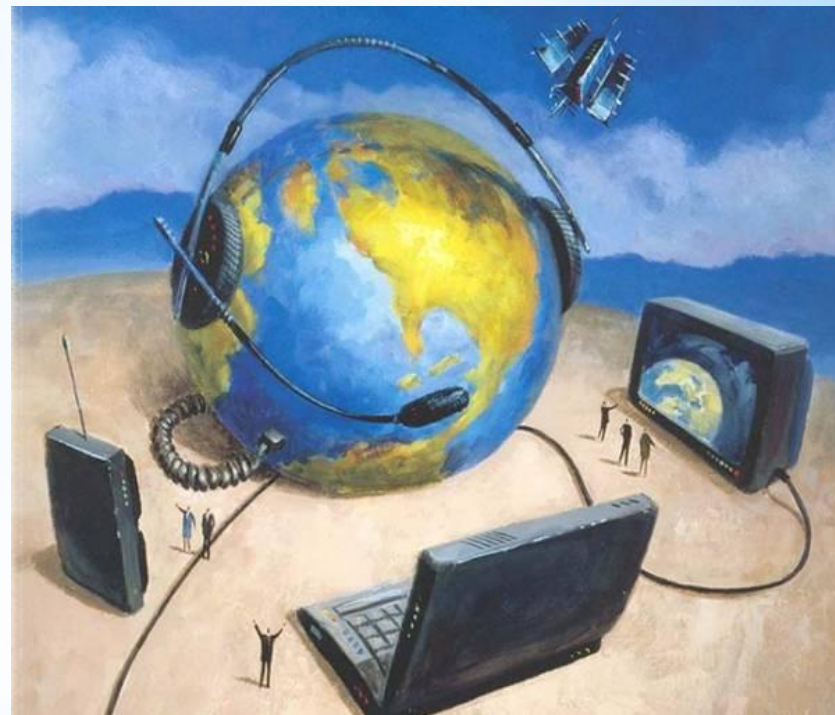
Создание плана работы НКО во внутреннем секторе,

- \* - подготовка к реализации того или иного проекта силами членов организации,
- \* - назначение ответственных координаторов за то или иное направление,
- \* - взаимоподстраховка,
- \* - отработка маршрутов логистик,
- \* - делегирование полномочий,
- \* - отчет о деятельности



# Создание собственных СМИ

- \* - сайт,
- \* - дайджест,
- \* - ТВ-Канал на Youtube и Rutube,
- \* - собственные видеоблоги,
- \* - газет и брошюр,
- \* - листовок,
- \* - визиток,
- \* - создание информационных поводов для СМИ,
- \* - написание пресс-китов, пресс релизов, пост- релизов (информационное сопровождение проекта и деятельности НКО в СМИ)

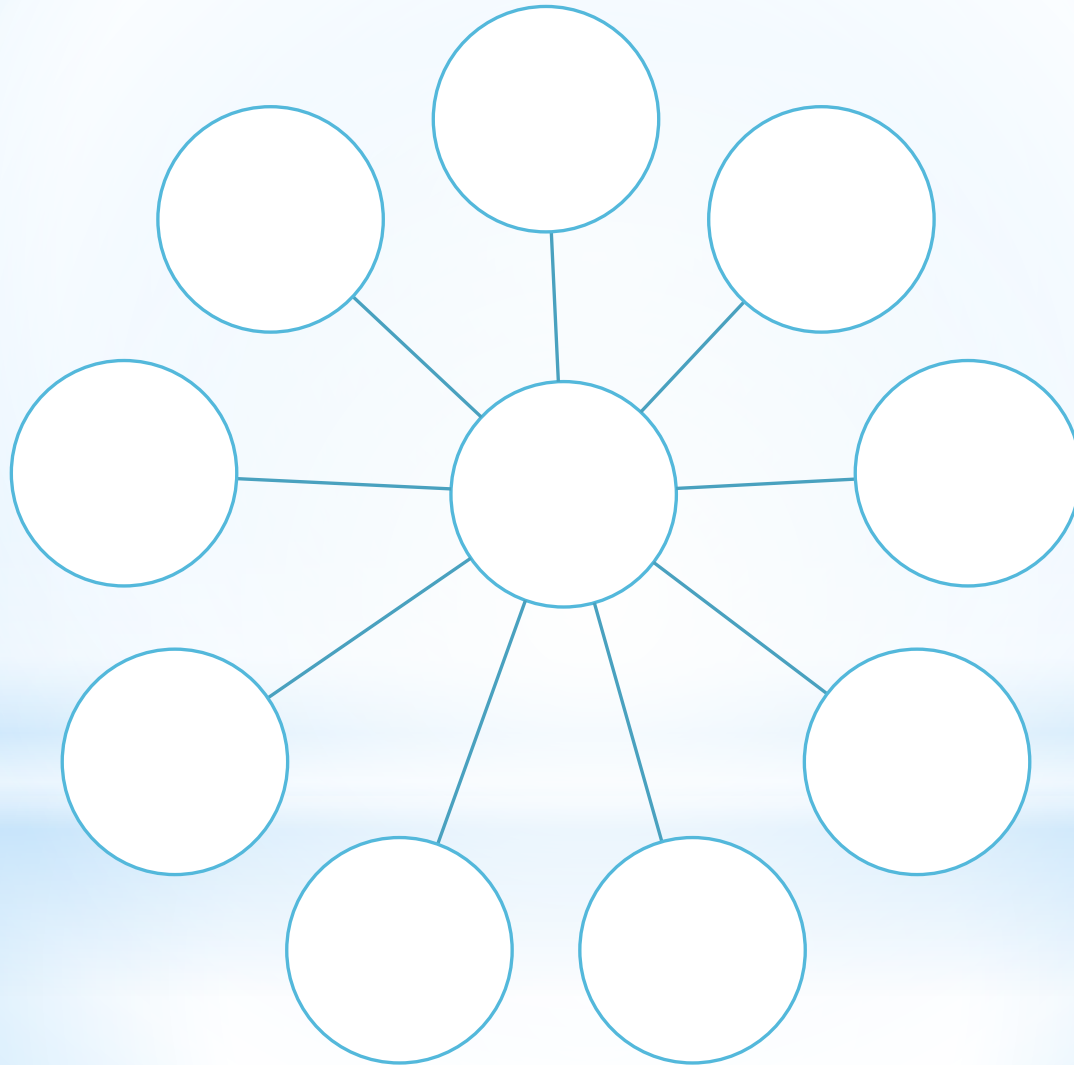


# Реализация проектов с участием других субъектов

- \* - другие НКО и фонды местного сообщества,
- \* - органами законодательной и исполнительной власти
- \* - представителями СМИ



# \* Субъекты взаимодействия

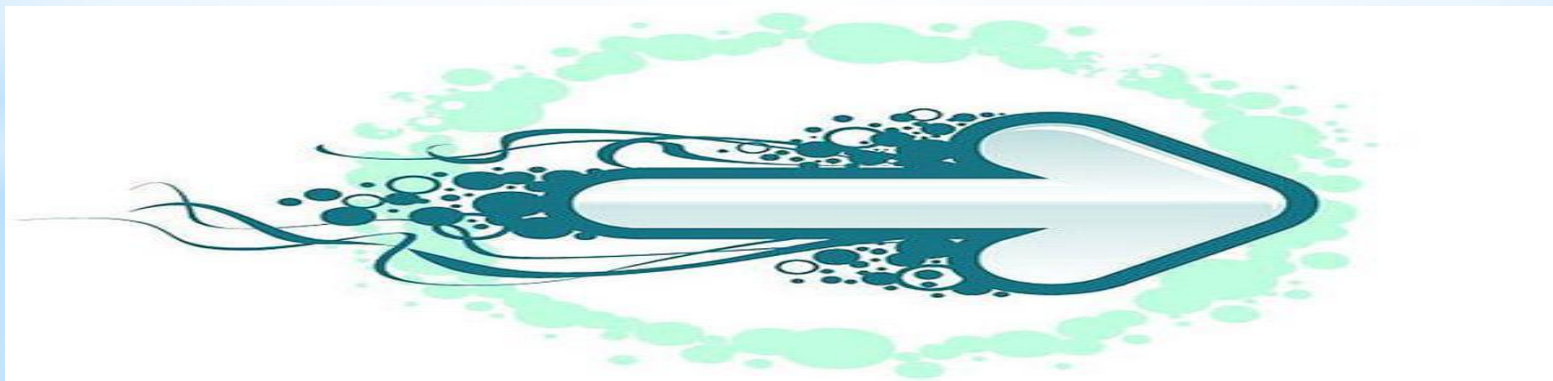


# Обучение технологиям работы НКО

- \* - социальное проектирование,
- \* - безгрантовая деятельность,
- \* - командообразование,
- \* - написание грантовых проектов и программ,
- \* - фандрайзинг,
- \* - тайменеджмент,
- \* - сторлитинг (история),
- \* - формирование портфолио дел НКО,
- \* - создание традиций НКО

# Определение вектора развития НКО

- \* - от простого к сложному,
- \* - от ненужного к нужному (эмоционального к профессиональному),
- \* - от неэффективности к эффективности,
- \* - возможный ребрендинг НКО и даже его закрытие





# Определение критериев эффективности деятельности НКО

- \* - цитируемость деятельности НКО в СМИ,
- \* - наличие долгосрочных договоров о сотрудничестве с другими субъектами общественного сектора,
- \* - наличие пула специалистов,
- \* - наличие необходимого количества добровольцев для реализации проектов и программ НКО,
- \* - обучение добровольцев и их сопровождение,
- \* - включенность в процесс деятельности НКО простых граждан,
- \* - включенность в процесс работы НКО представителей бизнеса и СМИ,
- \* - включенность в процесс деятельности НКО представителей власти и религиозных конфессий,
- \* - доход и расход средств организации,
- \* - наличие собственного офиса,
- \* - наличие опыта социального проектирования,
- \* - опыт публичных слушаний,  
- опыт участия в конференциях, семинарах и круглых столах,
- \* - опыт включенности в межсекторные комиссии и комитете органы исполнительной и законодательной власти,
- \* - наличие опыта грантовой деятельности,
- \* - наличие опыта проведение мелких и крупных проектов и программ,
- \* - наличие опыта создания методических и презентационных материалов,
- \* - новый вектор НКО- внедрение в общественно-политическое пространство как структура

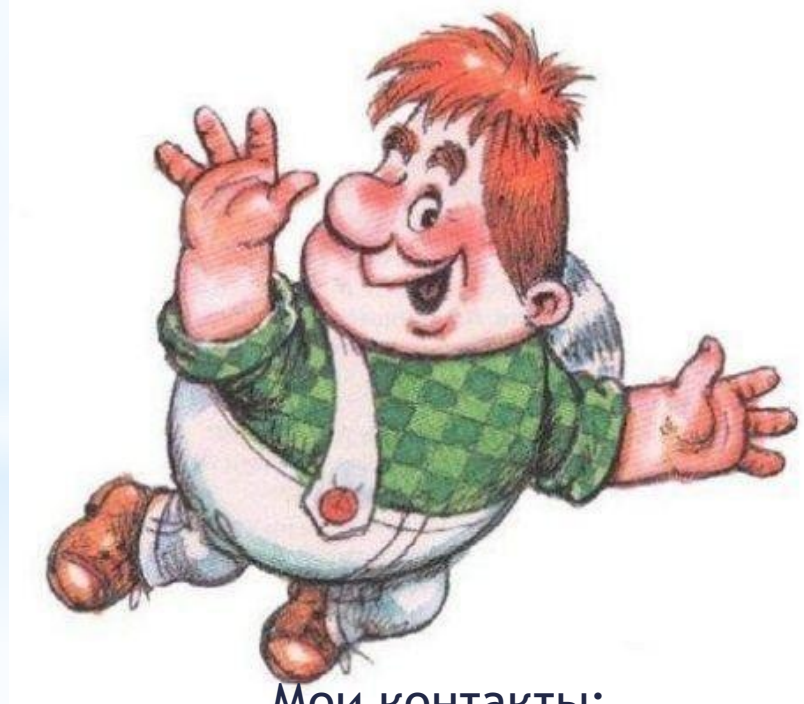
# Вывод!

Главным критерием эффективности НКО является не количество сделанных мероприятий или добровольческого замеса, а то:

*Как изменилась качество жизни социальной группы;  
Каков вектор ее развития и как изменилось отношение к ней со стороны общества, власти, бизнеса и СМИ.*

Именно в этом пространстве им предстоит делать свои жизнеутверждающие шаги, и чем качественнее работа НКО, тем более тверды шаги тех, ради кого это самое НКО создавалось.

# Спасибо за внимание! Полетели вместе..



Мои контакты:

8 916 994 80 54

Скайп: [gezalov\\_sasha](#)

Сайт: [gezalov.net](#)