



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



ДЕТАЛЬНИЙ ПЛАН ЗАХОДІВ

ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ «ДОБРІ СУСІДИ – ОДНА КРАЇНА»

7 ТРАВНЯ 2020 Р.

Детальний план заходів для реалізації концепції «Добрі сусіди – одна країна».

2020 р.

Підготовка аналітичного документу стала можливою завдяки щирій підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID).

Погляди та точки зору, висловлені у матеріалах, належать авторам та не обов'язково відображають погляди Уряду Сполучених штатів та/чи USAID.

Соціологічне дослідження було проведено компанією MLS Group в період з 1 березня по 30 квітня 2020 р. на замовлення проекту USAID «Демократичне врядування у Східній Україні» (DG East).

ЗМІСТ

| | |
|--|--------|
| УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ..... | - 3 - |
| ВИХІДНІ ПОЛОЖЕННЯ | - 4 - |
| ГРУПА # 3..... | - 6 - |
| ГРУПА # 2..... | - 14 - |
| ГРУПА # 1..... | - 32 - |
| КОМУНІКАТИВНА КАМΠΑНІЯ З ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ОСББ..... | - 46 - |
| ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПЛАНУ ДІЙ..... | - 51 - |

УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ

| | |
|-------------|--|
| АОСББ | Асоціація об'єднань співвласників багатоквартирних будинків |
| АТО | Антитерористична операція |
| ББ | Багатоквартирний будинок |
| ВЦА | Військово-цивільна адміністрація |
| ГІ | Глибинне інтерв'ю |
| ГО | Громадська організація |
| ГС | Громадська спілка |
| ж | Жінка |
| ЖБК (ЖСК) | Житлово-будівельний кооператив (Жилищно-строительный кооператив) |
| ЖЕК (ЖЭК) | Житлово-експлуатаційна контора (Жилищно-эксплуатационная контора) |
| ЖКГ (ЖКХ) | Житлово-комунальне господарство (Жилищно-коммунальное хозяйство) |
| КК (УК) | Керуюча компанія (управляюча компанія) |
| КП | Комунальне підприємство |
| мал. | Малюнок |
| не ОСББ | Власники квартир, в будинках, в яких не створене об'єднання співвласників багатоквартирного будинку |
| ОМС | Органи місцевого самоврядування |
| ООН | Організація Об'єднаних Націй |
| ООС | Операція об'єднаних сил |
| ОСББ (ОСМД) | Об'єднання співвласників багатоквартирного будинку (Объединение собственников многоквартирного дома) |
| ОСН | Органи самоорганізації населення |
| ОТГ | Об'єднана територіальна громада |
| ПКД | Проектно-кошторисна документація |
| ПРООН | Програма розвитку ООН |
| СЕО | Стратегічна екологічна оцінка |
| смт | Селище міського типу |
| табл. | Таблиця |
| ТОВ | Товариство з обмеженою відповідальністю |
| УЖКГ (УЖКХ) | Управління житлово-комунального господарства (Управление жилищно-коммунального хозяйства) |
| ФГД | Фокус-групове дослідження |
| ЦНАП | Центр надання адміністративних послуг |

ВИХІДНІ ПОЛОЖЕННЯ

Детальний план дій засновується на результатах комплексного дослідження, проведеного по 15 цільовим громадам Донецької та Луганської областей.

Основним підходом до планування діяльності є **теорія змін**. Ми виходимо з того, що перш за все теорія змін є підходом до опису шляху досягнень стратегічних цілей. Використовуючи її, очевидними стають взаємозв'язки між причиною (дією) та очікуваним ефектом (результатом), а також переконання, на яких засновується ініціатива.

Отже, **довгостроковою метою** Проекту DG East є сформована культура добросусідства та активного громадянства через використання потенціалу інструменту ОСББ на території Донецької та Луганської областей. Досягнення такої мети передбачає активізацію діяльності спільнот в громаді та створення нових партнерських зв'язків між місцевими радами, ОСББ і громадянами, а також наочні приклади демонстрації для усієї України можливостей та переваг об'єднання громадян в окремі групи і коаліції.

Основні **результати / зміни**, які відбудуться:

Результат 1. Мобілізаційні практики співвласників багатоквартирних будинків переносяться з рівня будинку на рівень міста.

Результат 2. ОСББ мають сталі практики адвокації своїх інтересів на рівні міста, області та держави в цілому.

Результат 3. Підвищено рівень громадянської культури співвласників багатоквартирних будинків.

Передумови для досягнення змін:

- 1- Системність дій ОМС, ОСББ, профільних громадських об'єднань на рівні населеного пункту.
- 2- Самодостатність та спроможність ОСББ до розвитку – незалежність від політичних змін у населеному пункті.
- 3- Впроваджені доступні, прості, дієві інструменти участі громадян у процесах прийняття рішень на рівні населеного пункту.
- 4- Успішні практики вирішення питань на рівні конкретних ОСББ (практика ефективних рішень), на рівні міста (практика адвокації через ГО/Асоціації).
- 5- Рівень залучення до побутових активностей на рівні будинку вище 75% (ситуативна, хоча б 1 залучення протягом року).
- 6- Рівень залучення до розвиткових активностей на рівні будинку вище 50% (ситуативна, хоча б 1 залучення протягом року).
- 7- Сформованість ініціативних груп та/або розвиненість громадянських об'єднань на рівні міста.

Основними **стратегіями перетворення** є:

- 1- Комплексна інформаційно-комунікативна кампанія у медіа просторі.
- 2- Різномірівнева навчальна кампанія для співвласників багатоквартирних будинків / представників правлінь ОСББ.
- 3- Різномірівнева навчальна кампанія для представників ОМС.
- 4- Консультативна та менторська підтримка експертів ініціативних груп та створених ОСББ.
- 5- Стимулювання створення громадських об'єднань (ГО, ГС), АОСББ.

- 6- Кампанія з обміну досвідом між ОСББ.
- 7- Кампанія з мобілізації співвласників багатоквартирних будинків з урахуванням особливостей різних вікових груп.
- 8- Кампанія з налагодження діалогу між представниками руху ОСББ та ОМС.
- 9- Лобювання змін до законодавства, відстоювання інтересів співвласників багатоквартирних будинків.

Важливим вихідним положенням є те, що кожна з трьох груп населених пунктів, які були сформовані за результатами соціологічного дослідження, має різні стартові позиції. Відповідно, для того, щоб сформувати необхідні умови для змін (передумови) населеним пунктам з першої групи необхідно пройти менше сходинок, ніж другій. А другій менше, ніж третій. Саме тому подальший розгляд можливих заходів доречно представити окремо по кожній групі.

За рівнем готовності системи до змін, виділені нами 3 групи населених пунктів, розташовані наступним чином:

Група # 3 не готові до змін

Група # 2 готові до змін, але потребують підтримки започаткованих процесів

Група # 1 готові до подальших змін та до сталого результату

Отже, почнемо саме з групи # 3, адже її шлях перетворень до досягнення мети, є найдовшим.

ГРУПА # 3

СПЕЦИФІКА: ОСББ ПОЗА ФОКУСОМ УВАГИ ПРИ ІСНУЮЧОМУ ПОТЕНЦІАЛІ ГРОМАДСЬКОЇ АКТИВНОСТІ

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

| | |
|--|--------|
| Чисельність населення | 78 112 |
| Кількість ББ | 349 |
| Кількість ОСББ | 13 |
| Кількість ББ, що входять в ОСББ | 13 |
| Відсоток ББ ОСББ у складі загальної кількості ББ міста | 3,7% |

Група #3 представлена двома населеними пунктами, що характеризуються **непідготовленістю системи до змін**, пов'язаних з розкриттям мобілізаційного потенціалу населених пунктів через використання інструменту ОСББ.

Варто зазначити, що не зважаючи на те, що і м. Дружківка (Донецька область) і смт Станиця Луганська (Луганська область) посідають останні міста у своїх областях за показниками активності у питаннях розвитку ОСББ, існуючі у них умови не можна назвати однаковими.

Так, м. Дружківка має досвід створення ОСББ (усі ОСББ зазначені у вище наведеній таблиці створені саме у цьому місті), проте даний процес останні 3 роки практично зведений до нульового рівня активності – не було створено жодного об'єднання. А досвід існуючих ОСББ залишається мало відомим іншим співвласникам багатоквартирних будинків. Якщо до цього додати ще відсутність активності з боку ОМС та те, що предметне знання чим же є ОСББ, існує у 18% співвласників ББ, більш зрозумілими стають причини віднесення даного міста саме до третьої групи.

Ситуація у смт Станиця Луганська відзначається не тільки низьким рівнем розуміння, що таке ОСББ, але й більш відчутною дією об'єктивних бар'єрів потенційного об'єднання – знаходження на лінії розмежування, підвищений відсоток покинутих квартир, нерозуміння вигід від ОСББ конкретно в їх ситуації як співвласниками ББ, так і органами місцевої влади, зсув у віковій структурі у бік населення старшої вікової групи, орієнтація на вирішення нагальних гуманітарних питань з меншим акцентом на мобілізацію населення. Засновуючись на вище перерахованому, саме смт Станиця Луганська є «нульовою» відправною точкою у побудові загального детального плану дій.

Спільним припущенням (умовами, які вже існують) для цих двох населених пунктів є:

- 1- Наявність громадських організацій, у фокусі діяльності яких розвиток громади та активізація населення своїх територій.
- 2- Досвід самоорганізації для вирішення конкретних проблем (комунальних, побутових).

Додатковим припущенням для м. Дружківка є:

- Практика створення та функціонування 13 ОСББ.

Базові стратегії перетворення

1. ¹Комплексна інформаційно-комунікативна кампанія у медіа просторі;
2. Навчальна кампанія для співвласників ББ;
3. Навчальна кампанія для представників ОМС;
4. Менторська підтримка експертами ініціативних груп;
7. Кампанія з мобілізації співвласників багатоквартирних будинків з урахуванням особливостей різних вікових груп

Деталізація стратегій

-1- Комплексна інформаційно-комунікативна кампанія у медіа просторі

- **Інструмент 1. Оновлення сайтів міської/селищної ради.** На сьогоднішній день він не використовується на повну в питаннях, пов'язаних з ЖКГ та ОСББ. Так, у Дружківці розділ, що стосується інформування співвласників ББ про можливі форми управління будинком, обмежується посиланнями на Закон України та описом основних деталей, тоді як у другому населеному пункті даної групи сайт селищної ради взагалі не інформує власників квартир у ББ про існуючі можливості. Розроблений візуально простий матеріал, який має чітку структуру та є зрозумілим – один з кроків інформаційної кампанії. До створення та розміщення інформації необхідно залучити ОМС аби контент мав максимальну користь та враховував специфіку кожного населеного пункту. Розроблені матеріали мають містити не лише теорію, а й корисні посилання та контакти, покрокову карту для співвласників на шляху до створення ОСББ.

Тривалість: одноразовий захід, який передбачає консультаційну підтримку експертів з комунікації щодо того, яку інформацію і як візуалізувати та подати максимально просто і доступно. 8 годин спільної стратегічної сесії, 1 місяць на впровадження змін на сайті.

Цільова аудиторія: профільні фахівці, які займаються питаннями ЖКГ, а також фахівці з комунікації, IT-супроводу органу влади (ті, хто займається наповненням та веденням офіційного сайту ОМС і їх сторінок у соціальних мережах).

Експертна підтримка: фахівці з комунікації та дизайну, фахівці з розвитку ОСББ.

Результат: оновлений розділ щодо ОСББ на сайті міської ради (Дружківка) та створений розділ на сайті селищної ради (Станиця Луганська).

- **Інструмент 2. Оформлення успішних кейсів ОСББ.** У Дружківці вже функціонує 13 об'єднань, співпрацюючи з якими реально створити успішні приклади для мотивування сусідніх ББ. До співпраці варто долучити й ОМС, щоб розмістити кейси на сайті міської ради та використовувати їх в інформаційній кампанії.

Тривалість: одноразовий захід, який передбачає консультаційну підтримку експертів з комунікації щодо того, як представити існуючі практики максимально просто і доступно та як донести цінність ОСББ. 8 годин спільної стратегічної сесії, 1 місяць на підготовку 6 кейсів та представлення їх на сайті Дружківської міської ради.

¹ Тут і надалі, коли ми говоримо про базові стратегії перетворення, ми використовуємо номер стратегії, наведених на сторінках 3-4 даного документу.

Цільова аудиторія: профільні фахівці, які займаються питаннями ЖКГ, а також фахівці з комунікації, IT-супроводу органу влади (ті, хто займається наповненням та веденням офіційного сайту ОМС і їх сторінок у соціальних мережах), правління створених ОСББ

Експертна підтримка: фахівці з комунікації та дизайну, фахівці з розвитку ОСББ.

Результат: представлення 6 кейсів на сайті міської ради (Дружківка) у розділі, присвяченому ОСББ.

| Стратегія перетворень 1. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване залучення | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|---|-------------------|-------------------|------------------------------|----------------------------|---------------------------|
| Інструмент 1. Практикум з реорганізації розділу про ОСББ на сайті ОМС | Дружківка | ОМС | оновлений розділ на сайті МР | 1 місяць | факт оновлення |
| Інструмент 1. Практикум з розміщенням на сайті розділу з питань ЖКГ та ОСББ | Станиця Луганська | ОМС | новий розділ на сайті СР | 1 місяць | факт створення |
| Інструмент 2. Оформлення кейсів успішних ОСББ | Дружківка | 6 кейсів | оформлені 6 кейсів | 1 місяць | 6 кейсів на сайті МР |

-2- Навчальна кампанія для співвласників ББ

- **Інструмент 3. Тренінг зі згуртування голів правління ОСББ.** Даний інструмент актуальний для м. Дружківка. Згуртування існуючих об'єднань потенційно підвищить їх активність, а також стане прикладом для необ'єднаних будинків. Активізація комунікації між правлінням створених ОСББ стимулюватиме їх перехід на етап створення ГО, ГС, АОСББ, що передбачає інші інструменти адвокації своїх інтересів, і, як правило, вищу результативність.

Тривалість: 4 тренінги, по одному на квартал. Один тренінг 8 годин роботи. Сумарно 4 дні (32 години) навчання.

Цільова аудиторія: представники правління ОСББ.

Експертна підтримка / тренери: незалежні експерти, профільні фахівці міст з існуючими ГО, ГС, АОСББ.

Результат: ініціативи, які виходять за межі одного ОСББ. Очікується, що протягом року буде реалізовано 4 таких ініціативи, по одній після кожного навчання.

| Стратегія перетворень 2. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|---|-----------------|-------------------|--------------------------------|----------------------------|--|
| Інструмент 3. Тренінг зі згуртування голів правління ОСББ | Дружківка | ОСББ | 48 осіб | 4 рази на рік | ініціативи, які виходять за межі одного ОСББ |

-3- Навчальна кампанія для представників ОМС:

- **Інструмент 4. Школа ОСББ для ОМС.**

Навчання передбачає оффлайн-сесії представників ОМС з експертами у питаннях створення та розвитку ОСББ, а також з профільними фахівцями тих міст, де ОСББ є одним з пріоритетів (наприклад, м. Рубіжне та м. Попасна для Станиці Луганська та м. Маріуполь і м. Бахмут для Дружківки).

Низький рівень активності влади у питаннях ОСББ або її відсутність взагалі, пов'язана й з непоінформованістю ОМС про переваги такої форми управління ББ. Навчальні сесії мають **стосуватись основ** у питанні створення ОСББ (**elementary level**) і включати наступну інформацію:

- ознайомлення з законодавчою базою;

- процедура реєстрації ОСББ;
- існуючі державні програми, спрямовані на підтримку об'єднаних ББ;
- ознайомлення з місцевими програмами на прикладі інших міст,
- демонстрація успішних кейсів налагодженого діалогу між ОСББ та владою;
- демонстрація можливих нефінансових механізмів підтримки об'єднань;
- знайомство з представниками профільних ГО, ГС та АОСББ.

Школа включатиме у себе практичні завдання, спрямовані на вибудову діалогу зі співвласниками та розробку плану розвитку ОСББ у конкретному населеному пункті.

Тривалість: 6 навчальних сесій, по одній на місяць. Одна сесія 2 дні по 8 годин роботи. Сумарно 12 днів (96 годин) навчання для одного міста.

Цільова аудиторія: представники ОМС.

Експертна підтримка / тренери: незалежні експерти, профільні фахівці міст-менторів.

Результат: розроблений план розвитку ОСББ у м. Дружківка та смт Станиця Луганська.

| Стратегія перетворень 3. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|---|-------------------|-------------------|-----------------------------------|---|---------------------------|
| Інструмент 4. Школа ОСББ для ОМС | Дружківка | ОМС | до 7 осіб | 12 тренінгових днів за півроку | програма розвитку ОСББ |
| Інструмент 4. Школа ОСББ для ОМС | Станиця Луганська | ОМС | до 5 осіб | 12 тренінгових днів за півроку | програма розвитку ОСББ |

-4- Менторська підтримка експертами ініціативних груп

■ Інструмент 5. Зустріч з експертом, перший діалог.

Спираючись на ресурс існуючих громадських організацій, а також на виявлені ініціативні групи (що є результатом інших заходів), пропонується запровадити інструмент експертної менторської підтримки. Формат передбачає 1 оффлайн зустріч на 3 місяці, а також обмежену кількість годин консультування з експертом протягом кожного місяця для ініціативної групи (наприклад, 5 годин).

Кількість заходів: 1 оффлайн зустріч на квартал по кожному населеному пункту. Всього 8 зустрічей за рік. 5 годин консультування на 1 місяць для ініціативної групи. Загальна кількість годин дистанційного консультування - 360 із розрахунку 6 ініціативних груп.

Цільова аудиторія: ініціативні групи співвласників ББ. 3 ініціативні групи – є результатом проведених толок, ще 3 – виявлені за результатами роботи з місцевими громадськими організаціями.

Експертна підтримка: місцеві громадські організації («Нова Дружківка», «Україна можливостей» (м. Дружківка) та ГО «СЛЦСКР «ВЕЛИКА РОДИНА», ГО «ЕКОМАГ» (смт Станиця Луганська)), представники органів влади, представники донорів, експерти у сфері ОСББ.

Результат: ініціативні групи мають основні знання щодо ОСББ як форму управління та її вигід для ББ, розпочали процес створення ОСББ у своїх будинках.

■ Інструмент 6. Створення пілотного ОСББ.

Першочергово даний інструмент є актуальним для Станиці Луганської, де наразі є багато об'єктивних факторів, що знижують не лише моральну готовність співвласників до процесу об'єднання, а й їх реальні можливості. Проте в той же час пропонується використання даного інструменту і для м. Дружківка з метою демонстрації відновлення потенціалу і можливостей міста у напрямку активізації руху ОСББ.

Можливою моделлю для об'єднань у Станиці Луганській стане згуртування декількох ББ. За допомогою «Зустрічей з експертом» виокремити потенційно зацікавлені будинки, на базі яких створити ОСББ. Акцент на постійному супроводі та тісній взаємодії з ініціативною групою, співвласниками ББ, подоланні бар'єрів та міфів. За результатами проходження усіх етапів та реєстрації ОСББ у Станиці Луганській буде свій успішний кейс, досвід якого можна масштабувати всередині селища. Сприяти об'єднанню буде відсутність укоріненого негативу по відношенню до ОСББ та наявна практика самостійного вирішення питань на рівні ББ, через відсутність керуючої компанії. Наявність власного досвіду є важливим стимулом популяризації руху ОСББ в цілому у населеному пункті. В даному випадку будь-який зовнішній досвід, хоча і буде показовим і важливим, проте менш ефективним у порівнянні з власним. Адже ключовим контраргументом на будь-які зовнішні успішні практики по Станиці Луганській очікувано поставатиме позиція – «вони не розташовані на лінії розмежування і не знають багатьох наших проблем».

Кількість заходів: постійна менторська підтримка двом ініціативним групам протягом усього процесу створення ОСББ. Орієнтовна тривалість рік від моменту виявлення перспективної ініціативної групи.

Цільова аудиторія: 2 ініціативні групи.

Експертна підтримка: представники органів влади, представники донорів, експерти у сфері ОСББ.

Результат: створене пілотне ОСББ у смт Станиці Луганській, а також ОСББ після тривалої нульової активності у м. Дружківка.

| Стратегія перетворень 4. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|--|-------------------|----------------------|--------------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| Інструмент 5. Зустріч з експертом, перший діалог | Станиця Луганська | ініціативні групи ББ | 8 осіб (2 ініціативні групи) | 1 зустріч на квартал | розпочатий процес створення ОСББ |
| Інструмент 5. Зустріч з експертом, перший діалог | Дружківка | ініціативні групи ББ | 16 осіб (4 ініціативні групи) | 1 зустріч на квартал | розпочатий процес створення ОСББ |
| Інструмент 6. Створення пілотного ОСББ | Станиця Луганська | співвласники ББ | 1 створене ОСББ | 1 рік | 1 ОСББ |
| Інструмент 6. Створення пілотного ОСББ | Дружківка | співвласники ББ | 1 створене ОСББ | 1 рік | 1 ОСББ |

-7- Кампанія з мобілізації співвласників багатоквартирних будинків з урахуванням особливостей різних вікових груп

■ **Інструмент 7. Толоки, як інструмент згуртування населення та механізм виявлення активних мешканців.** Толоки є звичним і найбільш популярним форматом активності на рівні будинку, до якого з більшою вірогідністю долучаються власники квартир.

Специфіка пропонованого варіанту полягає у тому, що захід організовується за участю представників місцевої влади, проекту донора, а також місцевих громадських

організацій і має на меті не тільки вирішення питання благоустрою території, але й виявлення потенціалу для формування ініціативної групи на рівні будинку.

Окрім цього, пропонується **«осучаснити» формат толок.**

Можливі варіанти для реалізації:

- забезпечення інвентарем, брендovаним хештегами проєкту.

В даному випадку ми говоримо не про ОСББ, а про ті цінності, які важливі для появи бажання створити ОСББ. Однією з таких цінностей є відповідальність. Тому, прикладами хештегів проєкту можуть бути:

- #починаю_з_себе, #відповідальність_це_модно, #дбаю_про_своє (для співвласників ББ у віці до 35 років);
- #не_чекаю_на_допомогу, #роблю_сам (для співвласників ББ середньої та старшої вікової групи).

- забезпечення музичним супроводом;

- забезпечення якісним фотосупроводом;

- закладання символічності у дії. Мета толоки – не просто прибрати свою прибудинкову територію, а, наприклад, висадити дерева, які несуть певний сенс.

Сім'ї з дітьми висаджують дерево як символ своєї родини і беруть на себе відповідальність (це за замовчуванням) доглядати за ним. Інший приклад, висаджуємо в одному дворі один вид дерев, в іншому – інший. Символізм у відмінності, унікальності кожного простору.

Кількість заходів: 3 у Станці Луганській за один сезон (весна та осінь). 4 у м. Дружківка за один сезон (весна та осінь). Всього 14 заходів.

Цільова аудиторія: співвласники багатоквартирних будинків.

Зовнішня підтримка: місцеві громадські організації («Нова Дружківка», «Україна можливостей» (м. Дружківка) та ГО «СЛЦСКР «ВЕЛИКА РОДИНА», ГО «ЕКОМАГ» (смт Станиця Луганська)), представники органів влади, представники донорів, представники профільних ГО (наприклад, екологічних, мистецьких, за умов наявності потреби у їх допомозі), представники комунальних служб, обленерго. Даний захід передбачає дії у відповідності до правил благоустрою населеного пункту та погодження активностей з відповідними інстанціями, з метою уникнення ситуацій перешкоджання проведенню ремонтних робіт, що знизить сталість проєкту та його цінність в цілому.

Результат: виявлені 3 ініціативні групи, реалізовані мікропроєкти з благоустрою прибудинкової території (з кінцевим продуктом, не просто чисто, а висаджені дерева, облаштований дитячий майданчик, намальований мурал).

- **Інструмент 8. Комунікативні тренінги.** Даний формат заходів спрямований на подолання негативних образів багатоквартирних будинків, що наразі існують серед власників квартир. На формування існуючих образів безпосередній вплив мають військові події на Сході України, адже Станиця Луганська фактично є сірою зоною, що відображається на емоційному стані населення. На сьогоднішній день власники квартир не мають позитивних образів власних помешкань, квартира вже не асоціюється з місцем, де я відчуваю себе комфортно, а скоріше є своєрідною «коробкою» з чотирьох стін, де зберігаються мої речі. Відсутність «живих» асоціацій знижує бажання змінювати умови на краще, до чого додаються побоювання відновлення військової активності в населеному пункті та руйнування відновленого.

Групова робота у форматі інтерактивних тренінгів дасть змогу знизити рівень напруги та закласти основи для змін у сприйнятті свого місця проживання.

Кількість заходів: 1 тренінг на квартал (по 4 години) протягом року (Станиця Луганська). В цілому 4 тренінги за рік.

Цільова аудиторія: співвласники багатоквартирних будинків.

Експертна підтримка / тренери: фахові тренери, які мають досвід застосування інтерактивних проєктивних методик для стимулювання групової динаміки.

Результат: підвищення рівня активності по тих ББ, представники яких пройшли тренінги, що виявляється у реалізованих ініціативах у будинку.

- **Інструмент 9. Конкурс «Місто власними руками».** У місті Дружківка з 2017 року компанія VESCO організовує конкурс у співпраці з ОМС. Мета проєкту – реалізація ініціатив організацій міста. Існує зацікавленість зі сторони даної компанії у виділенні частини бюджету саме під проєкти ОСББ.

Кількість заходів: 1 конкурс на рік.

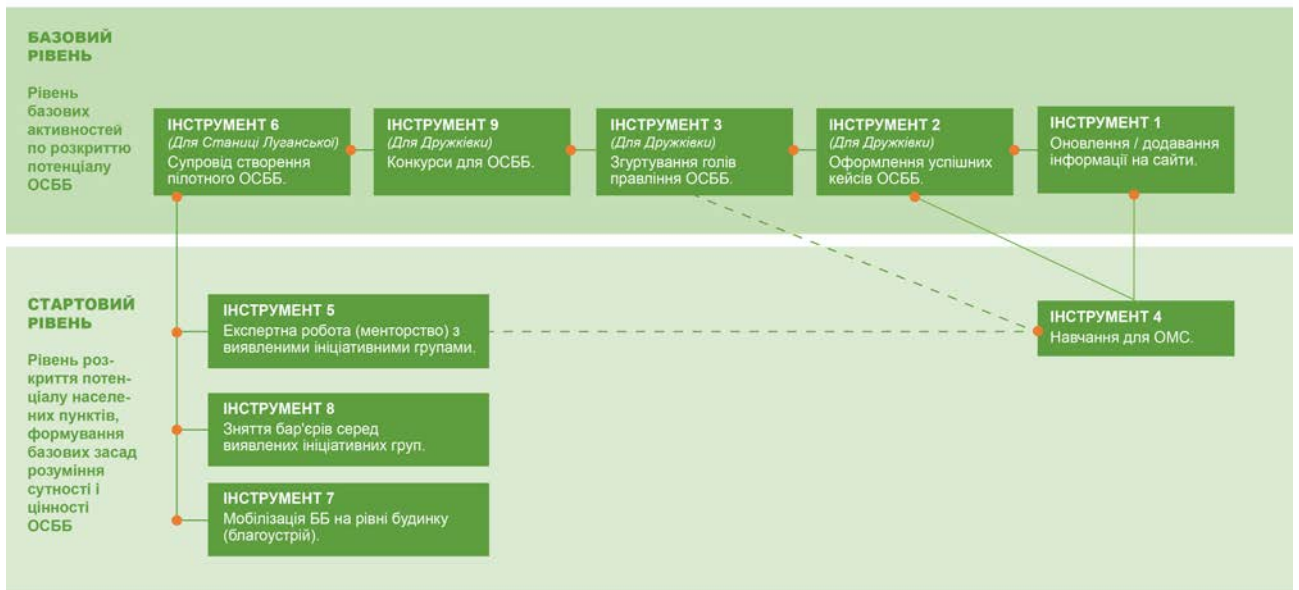
Цільова аудиторія: створені ОСББ.

Експертна підтримка / тренери: місцеві громадські організації («Нова Дружківка», «Україна можливостей»), представники органів влади, представники донорів, представники профільних ГО (наприклад, екологічних, мистецьких, за умов наявності потреби у їх допомозі), представники компанії VESCO.

Результат: 3 подані проєкти від ОСББ, 1 реалізований проєкт.

| Стратегія перетворень 7. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|---|----------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------------------------|---|
| Інструмент 7. Толоки | Станиця Луганська | співвласники ББ | 48 осіб | 6 заходів за рік | 1. виявлена 1 ініціативна група 2. 6 ініціатив з благоустрою |
| Інструмент 7. Толоки | Дружківка | співвласники ББ | 96 осіб | 8 заходів за рік | 1. виявлені 2 ініціативні групи 2. 8 ініціатив з благоустрою |
| Інструмент 8. Комунікативні тренінги | Станиця Луганська | співвласники ББ | 40 осіб | 4 тренінги за рік | реалізовані ініціативи на рівні ББ |
| Інструмент 9. Залучення ОСББ до конкурсу «Місто власними руками» | Дружківка | ОСББ | 3 проєкти | 1 раз на рік | 1 реалізований проєкт |

Отже, шлях населених пунктів Групи # 3 виглядає наступним чином:



ГРУПА # 2

СПЕЦИФІКА: НАСЕЛЕННІ ПУНКТИ З СЕРЕДНІМ РІВНЕМ АКТИВНОСТІ ВКЛЮЧЕННЯ ДО ПРОЦЕСУ СТВОРЕННЯ ОСББ.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

| | |
|--|-------------------|
| Чисельність населення | 733 406 |
| Кількість ББ | 4676 ² |
| Кількість ОСББ | 368 |
| Кількість ББ, що входять в ОСББ | 466 |
| Відсоток ББ ОСББ у складі загальної кількості ББ міста | 9,9% |

Група # 2 є найчисельнішою. Вона об'єднує 9 різних населених пунктів – 5 з Донецької області і 4 з Луганської. Особливістю даної групи є те, що окрім певних дуже схожих умов, майже кожне місто має свою унікальність, яка варта уваги з точки зору поширення існуючого досвіду, а також специфічні проблеми, які можуть виступати бар'єрами на шляху реалізації запланованих заходів. Саме тому кількість інструментів і варіаційність активностей по цій групі міст є найбільшою.

Спільним припущенням (умовами, які вже існують) для усіх населених пунктів є:

- 1- Наявність досвіду утворення та функціонування ОСББ.
- 2- Наявність формально існуючих інструментів, спрямованих на розвиток ОСББ, на рівні локальних рішень ОМС (ОМС виступає частіше у ролі спостерігача, консультанта або помічника, проте дії не відзначаються системністю).
- 3- Самоорганізаційні практики співвласників ББ, які призводять до створення ОСББ.
- 4- Високий рівень інформованості про ОСББ, розуміння вигід від обрання даної форми управління.

Додаткові припущення, актуальні для Торецька, Краматорська, Покровська:

- Існування ГО, ГС, АОСББ, які фокусуються на розвитку ОСББ.

Базові стратегії перетворення

1. Комплексна інформаційно-комунікативна кампанія у медіа просторі;
2. Навчальна кампанія для співвласників ББ / представників правлінь ОСББ;
3. Навчальна кампанія для представників ОМС;
4. Консультативна та менторська підтримка експертами ОСББ та ініціативних груп;
5. Стимулювання створення громадських об'єднань (ГО, ГС), АОСББ;
6. Кампанія з обміну досвідом між ОСББ;
7. Кампанія з мобілізації співвласників багатоквартирних будинків з урахуванням особливостей різних вікових груп.
8. Кампанія з налагодження діалогу між представниками руху ОСББ та ОМС.

² Без даних по м. Старобільськ.

Деталізація стратегій

-1- Комплексна інформаційно-комунікативна кампанія у медіа просторі.

■ Інструмент 1. Реорганізація розділів сайту, присвяченого питанням ОСББ.

Більшість сайтів міських рад Групи # 2 мають неструктурований виклад матеріалу, присвяченого ОСББ. Це значно ускладнює навігацію та пошук необхідної інформації цільовими групами. Захід передбачає створення легкої та зручної для використання системи вкладень, які збільшують цінність наведеної інформації, а також її доступність. Сторінка ОСББ може містити наступну інформацію:

- Загальна інформація про ОСББ, переваги та вигоди;
- Покрокова інструкція зі створення ОСББ;
- Приклади типових документів, які необхідні для реєстрації ОСББ;
- Програми підтримки для ініціативних груп;
- Програми підтримки для ОСББ;
- Відповіді на актуальні запитання для створених ОСББ;
- Допоміжні матеріали для ОСББ (кейси успіху);
- Контактна інформація та посилання на соціальні мережі (Управління ЖКГ, профільні громадські об'єднання, корисні ресурси).

Тривалість: одноразовий захід, який передбачає консультаційну підтримку експертів з комунікації щодо того, яку інформацію візуалізувати і як її подати максимально просто та доступно. 8 годин спільної стратегічної сесії, 1 місяць на впровадження змін на сайті.

Цільова аудиторія: профільні фахівці, які займаються питаннями ОСББ, а також фахівці з комунікації, IT-супроводу органу влади (ті, хто займається наповненням та веденням офіційного сайту ОМС і їх сторінок у соціальних мережах).

Експертна підтримка: фахівці з комунікації та дизайну, фахівці з розвитку ОСББ.

Результат: Оновлений розділ з питань ОСББ на 9 сайтах міських рад.

■ Інструмент 2. «Упаковка» кейсів ОСББ. Кейси мають містити цінну інформацію для ініціативних груп, яка б демонструвала переваги такої форми управління багатоквартирним будинком. Тобто мова йде про візуальне оформлення результатів впроваджених змін на прикладах конкретних ОСББ – що було до об'єднання, скільки витратили і на що саме, і який результат економії отримали.

Кейс складається з:

- схематична покрокова інструкція створення ОСББ;
- розвінчання міфів щодо ОСББ;
- інфографіка з деталізацією проблеми конкретного багатоквартирного будинку та вартості її вирішення;
- контактна інформація – посилання на Телеграм канал, профільний сайт, Фейсбук-сторінку та/або QR-код; контактний номер телефону ОМС (УЖКГ).

Формат:

- друковані брошури – в якості роздаткового матеріалу для оффлайн заходів (зустрічі з ініціативними групами, участь у виставках, Форум, тощо);
- онлайн – розміщення на сайтах ОМС, поширення через соціальні мережі, месенджери, Телеграм канал, чат-бот.

Оптимальний обсяг 1 кейсу: до 8 сторінок.

Тривалість: одноразовий захід, який передбачає консультаційну підтримку експертів з комунікації щодо того, як інформацію подати максимально просто і

доступно. 8 годин спільної стратегічної сесії, 1 місяць на впровадження змін на сайті.

Цільова аудиторія: профільні фахівці, які займаються питаннями ОСББ, представники місцевих ГО, ГС, АОСББ, представники правлінь ОСББ, а також фахівці з комунікації ОМС.

Експертна підтримка: фахівці з комунікації та дизайну, фахівці з розвитку ОСББ.

Результат: розміщення онлайн кейсів на офіційних сайтах ОМС (оновлення інформації принаймні раз на рік) – 9 сайтів ОМС; поширення онлайн версії у соціальних мережах – Фейсбук (маються на увазі профільні групи/сторінки присвячені ОСББ, ОМС або новинам населеного пункту); поширення онлайн версії через месенджери – Телеграм, Вайбер (маються на увазі профільні канали ОСББ, ОМС).

| Стратегія перетворень 1. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|--|-----------------|--|-------------------------------|----------------------------|--|
| Інструмент 1. Оновлення інформації на сайті МР | Сватове | ОМС | оновлений розділ на сайті МР | 1 місяць | факт оновлення |
| Інструмент 1. Оновлення інформації на сайті МР | Старобільськ | ОМС | оновлений розділ на сайті МР | 1 місяць | факт оновлення |
| Інструмент 1. Оновлення інформації на сайті МР | Сєверодонецьк | ОМС | оновлений розділ на сайті МР | 1 місяць | факт оновлення |
| Інструмент 1. Оновлення інформації на сайті МР | Лисичанськ | ОМС | оновлений розділ на сайті МР | 1 місяць | факт оновлення |
| Інструмент 1. Оновлення інформації на сайті МР | Костянтинівка | ОМС | оновлений розділ на сайті МР | 1 місяць | факт оновлення |
| Інструмент 1. Оновлення інформації на сайті МР | Краматорськ | ОМС | оновлений розділ на сайті МР | 1 місяць | факт оновлення |
| Інструмент 1. Оновлення інформації на сайті МР | Торецьк | ОМС | оновлений розділ на сайті МР | 1 місяць | факт оновлення |
| Інструмент 1. Оновлення інформації на сайті МР | Покровськ | ОМС | оновлений розділ на сайті МР | 1 місяць | факт оновлення |
| Інструмент 1. Оновлення інформації на сайті МР | Слов'янськ | ОМС | оновлений розділ на сайті МР | 1 місяць | факт оновлення |
| Інструмент 2. Оформлення кейсів ОСББ | Сватове | ініціативні і групи ББ, правління ОСББ | 1 кейс | 1 місяць | 1. розміщені кейси на сайті ОМС 2. готовий до друку макет кейсів 3. поширені кейси через онлайн-канали |

| | | | | | |
|--|---------------|---|---------|----------|---|
| Інструмент 2. Оформлення кейсів ОСББ | Старобільськ | ініціативн і групи ББ, правління ОСББ | 3 кейси | 1 місяць | 1. розміщені кейси на сайті ОМС 2. готовий до друку макет кейсів 3. поширені кейси через онлайн-канали |
| Інструмент 2. Оформлення кейсів ОСББ | Сєверодонецьк | ініціативн і групи ББ, правління ОСББ | 3 кейси | 1 місяць | 1. розміщені кейси на сайті ОМС 2. готовий до друку макет кейсів 3. поширені кейси через онлайн-канали |
| Інструмент 2. Оформлення кейсів ОСББ | Лисичанськ | ініціативн і групи ББ, правління ОСББ | 3 кейси | 1 місяць | 1. розміщені кейси на сайті ОМС 2. готовий до друку макет кейсів 3. поширені кейси через онлайн-канали |
| Інструмент 2. Оформлення кейсів ОСББ | Костянтинівка | ініціативн і групи ББ, правління ОСББ | 3 кейси | 1 місяць | 1. розміщені кейси на сайті ОМС 2. готовий до друку макет кейсів 3. поширені кейси через онлайн-канали |
| Інструмент 2. Оформлення кейсів ОСББ | Краматорськ | ініціативн і групи ББ, правління ОСББ | 3 кейси | 1 місяць | 1. розміщені кейси на сайті ОМС 2. готовий до друку макет кейсів 3. поширені кейси через онлайн-канали |
| Інструмент 2. Оформлення кейсів ОСББ | Торецьк | ініціативн і групи ББ, правління ОСББ | 3 кейси | 1 місяць | 1. розміщені кейси на сайті ОМС 2. готовий до друку макет кейсів 3. поширені кейси через онлайн-канали |
| Інструмент 2. Оформлення кейсів ОСББ | Покровськ | ініціативн і групи ББ, правління ОСББ | 3 кейси | 1 місяць | 1. розміщені кейси на сайті ОМС 2. готовий до друку макет кейсів 3. поширені кейси через онлайн-канали |
| Інструмент 2. Оформлення кейсів ОСББ | Слов'янськ | ініціативн і групи ББ, правління ОСББ | 3 кейси | 1 місяць | 1. розміщені кейси на сайті ОМС 2. готовий до друку макет кейсів 3. поширені кейси через онлайн-канали |

-2- Навчальна кампанія для співвласників ББ / правління ОСББ

■ Інструмент 3. Проведення навчальних заходів для представників правління ОСББ має відповідати наступним вимогам:

- заходи мають бути не виїзними, а відбуватись у містах учасників. Це сприятиме більшій кількості залучених осіб;
- тренінги з обов'язковим практичним компонентом;
- одноденні тренінги, тривалістю 3-6 годин;
- кількість учасників тренінгу не більше 20 осіб у 1 групі;
- частота проведення тренінгів – 1 раз на 3 місяці.

Актуальні тематики тренінгів:

- комунікаційні: взаємодія зі співвласниками, профілактика професійного вигорання;
- адвокація, взаємодія з владою;
- управління проектами, фандрайзинг, грантрайтинг.

Пропонується об'єднати усі тренінгові заходи в один курс «**На шляху до ефективного управління ОСББ**».

Тривалість: курс складатиметься з 6 сесій, кожна сесія тривалістю 6 годин. Одна сесія проводиться раз на місяць. Сумарно 6 днів (36 годин) навчання.

Цільова аудиторія: представники правління ОСББ.

Експертна підтримка / тренери: незалежні експерти-практики з розвитку ОСББ.

Результат: підвищення задоволеності роботою правління ОСББ не менше ніж на 10% (окремо по кожному ББ, представники яких пройшли тренінг); зменшення чисельності конфліктних ситуацій між правлінням ОСББ та співвласниками ББ; подання не менше ніж 1 заявки з міста на участь у конкурсах міні-проектів.

| Стратегія перетворень 2. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|--|-----------------|-------------------|--------------------------------|--|--|
| Інструмент 3. Курс «На шляху до ефективного управління ОСББ» | Торецьк | правління ОСББ | 20 осіб | 6 сесій, 6 днів, 36 годин – протягом 6 місяців | 1. підвищення рівня задоволеності роботою ОСББ на 10% 2. поданий 1 проєкт на конкурс мініпроектів/громадський бюджет тощо |
| Інструмент 3. Курс «На шляху до ефективного управління ОСББ» | Слов'янськ | правління ОСББ | 20 осіб | 6 сесій, 6 днів, 36 годин – протягом 6 місяців | 1. підвищення рівня задоволеності роботою ОСББ на 10% 2. поданий 1 проєкт на конкурс мініпроектів/громадський бюджет тощо |
| Інструмент 3. Курс «На шляху до ефективного управління ОСББ» | Костянтинівка | правління ОСББ | 20 осіб | 6 сесій, 6 днів, 36 годин – протягом 6 місяців | 1. підвищення рівня задоволеності роботою ОСББ на 10% 2. поданий 1 проєкт на конкурс мініпроектів/громадський бюджет тощо |
| Інструмент 3. Курс «На шляху до ефективного управління ОСББ» | Краматорськ | правління ОСББ | 20 осіб | 6 сесій, 6 днів, 36 годин – протягом 6 місяців | 1. підвищення рівня задоволеності роботою ОСББ на 10% 2. поданий 1 проєкт на конкурс мініпроектів/громадський бюджет тощо |

| | | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------|--|---|
| Інструмент 3. Курс «На шляху до ефективного управління ОСББ» | Покровськ | правління ОСББ | 20 осіб | 6 сесій, 6 днів, 36 годин – протягом 6 місяців | 1. підвищення рівня задоволеності роботою ОСББ на 10% 2. поданий 1 проєкт на конкурс мініпроєктів/громадський бюджет тощо |
| Інструмент 3. Курс «На шляху до ефективного управління ОСББ» | Севєродонецьк (запрошення ОСББ Сватове до даного тренінгу) | правління ОСББ | 20 осіб | 6 сесій, 6 днів, 36 годин – протягом 6 місяців | 1. підвищення рівня задоволеності роботою ОСББ на 10% 2. поданий 2 проєкти на конкурс мініпроєктів/громадський бюджет тощо (по 1 на кожне місто) |
| Інструмент 3. Курс «На шляху до ефективного управління ОСББ» | Лисичанськ | правління ОСББ, ініціативні групи | 12 осіб | 6 сесій, 6 днів, 36 годин – протягом 6 місяців | 1. підвищення рівня задоволеності роботою ОСББ на 10% 2. поданий 1 проєкт на конкурс мініпроєктів/громадський бюджет тощо |
| Інструмент 3. Курс «На шляху до ефективного управління ОСББ» | Старобільськ | правління ОСББ, ініціативні групи | 12 осіб | 6 сесій, 6 днів, 36 годин – протягом 6 місяців | 1. підвищення рівня задоволеності роботою ОСББ на 10% 2. поданий 1 проєкт на конкурс мініпроєктів/громадський бюджет тощо |

-3- Навчальна кампанія для представників ОМС

■ **Інструмент 4. Навчальні тренінги для представників профільних управлінь/відділів ЖКГ** мають бути спрямовані на підвищення професійних компетенцій у питаннях розвитку ОСББ. Тренінг проводиться для всіх представників профільного управління/відділу ОМС з метою актуалізації наявних знань щодо особливостей правового регулювання процесу створення ОСББ, можливостей, які мають ОМС для стимулювання процесу об'єднання, та вигід, які влада отримує, підтримуючи такий процес.

Тематики тренінгів:

- нормативне регулювання діяльності ОСББ;
- успішні практики взаємодії управлінь/відділів та ініціативних груп, ОСББ (допомога з реєстрацією ОСББ, зі створенням реєстрів співвласників, проведенням зборів, співпраця з існуючими ОСББ тощо);
- ефективна комунікація;
- дизайн мислення.

В кожній області тренінг для ОМС відбувається окремо, та враховуватиме специфіку населених пунктів саме даної області.

Можливі міста для проведення навчання – Севєродонецьк (Луганська область), Краматорськ (Донецька область).

Тривалість: проводиться одноразово окремо для Донецької та Луганської областей. 2 дні по 8 годин навчання. Сумарно 16 годин навчання на область. По закінченню тренінгу представники ОМС отримують можливість додаткових 3-годинних консультацій (на місто) від тренерів. Термін використання – 3 місяці.

Цільова аудиторія: представники профільних відділів/управлінь/департаментів ОМС.

Експертна підтримка / тренери: незалежні експерти, профільні фахівці міст-менторів (м. Рубіжне та м. Попасна для Луганської області; м. Маріуполь та м. Бахмут для Донецької області).

Результат: підвищений рівень компетентності профільних спеціалістів ОМС; покращена взаємодія з головами правління ОСББ, що проявляється у проведенні мінімум 1 спільного заходу протягом 3 місяців після завершення тренінгу; впроваджена практика підтримки ініціативних груп, що проявляється у проведенні мінімум 1 заходу для/з ініціативними групами.

- **Інструмент 5.** Для підвищення обізнаності щодо переваг ОСББ та збільшення лояльності до даної форми управління зі сторони ОМС, пропонується **проведення зустрічі представників ОМС** (спеціалісти профільного управління/відділу, представники апарату управління – мер, заступники) з **профільними фахівцями міст Групи # 1, незалежними експертами з питань розвитку ОСББ у форматі хакатону**. Формат зустрічі передбачає наступне:

- відео-презентація матеріалів для ОМС, у яких мають бути зазначені переваги ОСББ як форми управління ББ, вигоди, які отримує міська влада, спрямовуючи свою зацікавленість на сферу ЖКГ;
- ознайомлення з найкращими практиками взаємодії між міською владою та представниками ОСББ;
- отримання практичних рекомендацій, щодо вирішення питань сумісного існування ОСББ та управителів (керуючих компаній), відхід від сприйняття їх як конкурентів;
- розробка плану дій з підвищення ефективності розвитку ОСББ у місті через використання інструменту «хакатон».

Тривалість: захід проводиться одноразово у кожному населеному пункті проєкту. Загальна тривалість 1 заходу – 6 годин.

Цільова аудиторія: профільні фахівці ОМС, керівництво міста, представники ГО, ГС, АОСББ, представники ОСББ у консультативно-дорадчих органах при ОМС. Представники ОСББ залучаються на етапі хакатону для забезпечення представленості різних точок зору та досягнення ефекту синергії.

Експертна підтримка: зовнішні незалежні експерти з питань розвитку ОСББ, профільні фахівці міст Групи # 1, консультанти проєкту донора, професійні фасилітатори.

Результат: розроблені (доповнені) програми розвитку ОСББ по кожному місту.

- **Інструмент 6.** Тристороння зустріч між представниками ОМС, керівництвом керуючих компаній та представником донора. Такий захід є актуальним для міст, де рух ОСББ не розвивається через латентне протистояння ОСББ та керуючих компаній, а також через неформальну підтримку другої категорії місцевою владою. Ключові питання зустрічі:

- успішні кейси міст, з органічним співіснуванням ОСББ та керуючих компаній;
- демонстрація мінімальних ризиків для керуючих компаній в утворенні ОСББ у місті;
- розробка плану взаємодії між ОСББ та керуючими компаніями з зазначенням вигід кожної зі сторін.

Тривалість: захід проводиться одноразово у Краматорську, Слов'янську, Лисичанську та Покровську. Загальна тривалість 1 заходу – 2 години.

Цільова аудиторія: профільні фахівці ОМС, керівництво міста, представники ГО, ГС, АОСББ, представники ОСББ у консультативно-дорадчих органах при ОМС, представники управляючих компаній.

| Остаточний детальний план щодо залучення мешканців ББ до процесу громадської участі

Експертна підтримка: зовнішні незалежні експерти з питань розвитку ОСББ, консультанти проекту донора, професійні фасилітатори.

Результат: зміна у сприйнятті один одного ОСББ та КК, зміна ролі ОМС з «зацікавлена сторона» на «спостерігач».

| Стратегія перетворень 3. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|--|--|---|--------------------------------|----------------------------|---|
| Інструмент 4. Впровадження успішних практик взаємодії з ОСББ | Тренінг проводиться у Краматорську, участь беруть: Краматорськ, Торезьк, Костянтинівка, Покровськ, Слов'янськ, | спеціалісти Управління ЖКГ | 10 осіб | 2-денний по 8 годин | 1. проведено 5 спільних заходів із ОСББ 2. впроваджено практики підтримки Ініціативної групи (5 заходів) |
| Інструмент 4. Впровадження успішних практик взаємодії з ОСББ | Тренінг проводиться у Северодонецьку, участь беруть: Северодонецьк, Лисичанськ, Старобільськ, Сватове | спеціалісти Управління ЖКГ | 8 осіб | 2-денний по 8 годин | 1. проведено 5 спільних заходів із ОСББ 2. впроваджено практики підтримки Ініціативної групи (5 заходів) |
| Інструмент 5. Проведення хакатону з ОМС | Торезьк | представники ОМС, асоціації ОСББ | 10 осіб | 6 годин | програма розвитку ОСББ |
| Інструмент 5. Проведення хакатону з ОМС | Слов'янськ | представники ОМС, координаційного центру ОСББ | 10 осіб | 6 годин | програма розвитку ОСББ |
| Інструмент 5. Проведення хакатону з ОМС | Костянтинівка | представники ОМС, правління ОСББ | 10 осіб | 6 годин | програма розвитку ОСББ |
| Інструмент 5. Проведення хакатону з ОМС | Краматорськ | представники ОМС, Ради керівників ОСББ | 10 осіб | 6 годин | програма розвитку ОСББ |
| Інструмент 5. Проведення хакатону з ОМС | Лисичанськ | представники ОМС, правління ОСББ | 6 осіб | 6 годин | програма розвитку ОСББ |
| Інструмент 5. Проведення хакатону з ОМС | Покровськ | представники ОМС, Ради голів ОСББ | 10 осіб | 6 годин | програма розвитку ОСББ |
| Інструмент 5. Проведення хакатону з ОМС | Сватове | представники ОМС, правління ОСББ | 6 осіб | 6 годин | програма розвитку ОСББ |
| Інструмент 5. Проведення хакатону з ОМС | Старобільськ | представники ОМС, правління ОСББ | 10 осіб | 6 годин | програма розвитку ОСББ |

| | | | | | |
|--|---------------|--|---------|----------|---|
| Інструмент 5. Проведення хакатону з ОМС | Северодонецьк | представни ки ОМС, правління ОСББ | 10 осіб | 6 годин | програма розвитку ОСББ |
| Інструмент 6. Зустрічі з керуючими компаніями | Краматорськ | представни ки ОМС, керівники КК, представни ки ОСББ | 15 осіб | 2 години | 1. зміна ставлення один до одного ОСББ та КК 2. зміна ролі ОМС |
| Інструмент 6. Зустрічі з керуючими компаніями | Слов'янськ | представни ки ОМС, керівники КК, представни ки ОСББ | 15 осіб | 2 години | 1. зміна ставлення один до одного ОСББ та КК 2. зміна ролі ОМС |
| Інструмент 6. Зустрічі з керуючими компаніями | Покровськ | представни ки ОМС, керівники КК, представни ки ОСББ | 15 осіб | 2 години | 1. зміна ставлення один до одного ОСББ та КК 2. зміна ролі ОМС |
| Інструмент 6. Зустрічі з керуючими компаніями | Лисичанськ | представни ки ОМС, керівники КК, представни ки ОСББ | 10 осіб | 2 години | 1. зміна ставлення один до одного ОСББ та КК 2. зміна ролі ОМС |

-4- Консультативна та менторська підтримка експертами ОСББ

- **Інструмент 7. Консалтинг голів правління ОСББ** – захід, спрямований на допомогу головам правлінням ОСББ з найбільш проблемними та гострими запитанням, які виникають в процесі їх діяльності. Консультування здійснюється дистанційно. Через гугл-форму подається запит, на який отримується відповідь протягом 24 годин. Аналіз найбільш поширених запитань стане основою для підготовки серії коротких навчальних відео для максимально широкого їх розповсюдження (**про це детальніше у розділі, присвяченому загальній комунікативній кампанії з популяризації ОСББ**).

Тривалість: інструмент діє протягом року (мінімальний термін) на постійній основі.

Цільова аудиторія: створені ОСББ та ініціативні групи.

Експертна підтримка: зовнішні незалежні експерти з питань розвитку ОСББ, представники ГО, ГС, АОСББ з цільових громад проекту, консультанти проекту донора.

Результат: Зменшення кількості звернень у профільні інституції (ГО, ГС, АОСББ, ОМС) для вирішення типових запитань функціонування ОСББ; кількість звернень на місяць – в середньому до 100 запитів.

| Стратегія перетворень 4. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|--|--------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|--|
| Інструмент 7. Консалтинг голів правління ОСББ | Торецьк | правління ОСББ, ініціативні групи | 76 ОСББ | Мінімально протягом 1 року | мінімум 20 задоволених запитів на місяць |
| Інструмент 7. Консалтинг | Слов'янськ | правління ОСББ, ініціативні групи | 74 ОСББ | Мінімально протягом 1 року | мінімум 20 задоволених запитів на місяць |

голів правління
ОСББ

| | | | | | |
|--|---------------|--------------------------------------|---------|----------------------------------|--|
| Інструмент 7. Консалтинг голів правління ОСББ | Костянтинівка | правління ОСББ, ініціативні групи | 34 ОСББ | Мінімально протягом 1 року | мінімум 10 задоволених запитів на місяць |
| Інструмент 7. Консалтинг голів правління ОСББ | Краматорськ | правління ОСББ, ініціативні групи | 76 ОСББ | Мінімально протягом 1 року | мінімум 20 задоволених запитів на місяць |
| Інструмент 7. Консалтинг голів правління ОСББ | Покровськ | правління ОСББ, ініціативні групи | 25 ОСББ | Мінімально протягом 1 року | мінімум 8 задоволених запитів на місяць |
| Інструмент 7. Консалтинг голів правління ОСББ | Сєвєродонецьк | правління ОСББ, ініціативні групи | 67 ОСББ | Мінімально протягом 1 року | мінімум 15 задоволених запитів на місяць |
| Інструмент 7. Консалтинг голів правління ОСББ | Сватове | правління ОСББ, ініціативні групи | 1 ОСББ | Мінімально протягом 1 року | мінімум 1 задоволений запит на місяць |
| Інструмент 7. Консалтинг голів правління ОСББ | Лисичанськ | правління ОСББ, ініціативні групи | 6 ОСББ | Мінімально протягом 1 року | мінімум 2 задоволених запити на місяць |
| Інструмент 7. Консалтинг голів правління ОСББ | Старобільськ | правління ОСББ, ініціативні групи | 9 ОСББ | Мінімально протягом 1 року | мінімум 3 задоволених запити на місяць |

-5- Стимулювання створення громадських об'єднань (ГО, ГС).

- **Інструмент 8. Передача досвіду зі створення ГО, ГС, АОСББ.** Важливим у розвитку та сталому функціонуванні ОСББ є інституційна підтримка, що, з одного боку, забезпечується місцевою владою, а з іншого, інститутами громадянського суспільства. У 4 з 9 населених пунктів Групи # 2 відсутні ГО, ГС, АОСББ, які б спрямовували свою діяльність на консолідацію голів правління ОСББ та на сумісне відстоювання своїх прав перед ОМС.

Мета обміну досвідом:

- переваги створення ГО, ГС, АОСББ;
- механізм реєстрації;
- актуальні питання функціонування;
- на що спрямована діяльність ГО, ГС, АОСББ, як відбувається взаємодія з ОМС та ОСББ тощо.

Тривалість: захід проводиться одноразово. Загальна тривалість 1 заходу – 4 години. Онлайн формат з трансляцією у режимі реального часу, де всі учасники можуть поставити питання спікеру та отримати відповідь.

Цільова аудиторія: члени правління ОСББ, активні власники квартир в ОСББ.

Експертна підтримка: зовнішні незалежні експерти з питань розвитку ОСББ, голови / заступники ГО, ГС, АОСББ міст Групи # 1 та # 2, модератор.

Результат: сформоване розуміння того, що дає створення і функціонування ГО, ГС, АОСББ; зареєстрована мінімум 1 ГО, ГС, АОСББ протягом року в 1 з чотирьох НП.

- **Інструмент 9. Обмін досвідом щодо роботи ГО, ГС, АОСББ.** Даний захід має цінність для тих міст Групи # 2, де функціонують такі об'єднання і асоціації – Торецьк, Слов'янськ, Краматорськ, Покровськ, Северодонецьк.

Тут акцент робиться на:

- лобіюванні інтересів ОСББ;
- перешкодах та шляхах їх подолання;
- резервному фонді для учасників ГО (механізм створення, членські внески, умови використання ресурсів резервного фонду, успішні кейси тощо).

Тривалість: захід проводиться одноразово. Загальна тривалість 1 заходу – 4 години. Онлайн формат з трансляцією у режимі реального часу, де всі учасники можуть поставити питання спікеру та отримати відповідь.

Цільова аудиторія: представники ГО, ГС, АОСББ, представники правлінь ОСББ.

Експертна підтримка: зовнішні незалежні експерти з питань розвитку ОСББ, голови / заступники ГО, ГС, АОСББ міст Групи # 1, голова Асоціації «Нью-Йорк», Торецьк (успішний кейс створення резервного фонду для учасників Асоціації), модератор.

Результат: використання досвіду один одного у безпосередній діяльності; проведення принаймні 1 спільного заходу протягом 6 місяців після даної онлайн-сесії.

| Стратегія перетворень 5. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|---|-----------------|---------------------------------------|--------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| Інструмент 8. Обмін досвідом зі створення ГО та Асоціацій | Костянтинівка | правління ОСББ | до 5 осіб | 4 години | розуміння можливостей ГО, ГС, АОСББ |
| Інструмент 8. Обмін досвідом зі створення ГО та Асоціацій | Лисичанськ | правління ОСББ | до 5 осіб | 4 години | розуміння можливостей ГО, ГС, АОСББ |
| Інструмент 8. Обмін досвідом зі створення ГО та Асоціацій | Старобільськ | правління ОСББ | до 5 осіб | 4 години | розуміння можливостей ГО, ГС, АОСББ |
| Інструмент 9. Обмін досвідом щодо роботи ГО та Асоціацій | Торецьк | голови / представники ГО та Асоціацій | до 3 осіб | 4 години | розуміння можливостей ГО, ГС, АОСББ |
| Інструмент 9. Обмін досвідом щодо роботи ГО та Асоціацій | Слов'янськ | голови / представники ГО та Асоціацій | до 3 осіб | 4 години | розуміння можливостей ГО, ГС, АОСББ |
| Інструмент 9. Обмін досвідом щодо роботи ГО та Асоціацій | Краматорськ | голови / представники ГО та Асоціацій | до 3 осіб | 4 години | розуміння можливостей ГО, ГС, АОСББ |
| Інструмент 9. Обмін досвідом щодо роботи ГО та Асоціацій | Покровськ | голови / представники ГО та Асоціацій | до 3 осіб | 4 години | розуміння можливостей ГО, ГС, АОСББ |
| Інструмент 9. Обмін досвідом щодо роботи ГО та Асоціацій | Северодонецьк | голови / представники ГО та Асоціацій | до 3 осіб | 4 години | розуміння можливостей ГО, ГС, АОСББ |

-6- Кампанія з обміну досвідом між ОСББ

- **Інструмент 10. Обмін досвідом між містами.** Обмін досвідом має відбуватися між населеними пунктами з приблизно рівними вихідними умовами розвитку ОСББ (підтримка з боку влади, бюджет на розвиток ОСББ, тощо). Поїздки мають чітке цільове спрямування – ми не їдемо заради того, щоб просто подивитись, ми їдемо за конкретними відповідями.

Мета поїздки:

- отримання відповідей на питання щодо умов, необхідних ресурсів, механізму використання енергоефективних / енергозберігаючих технологій;
- обмін досвідом щодо участі в грантових / конкурсних проектах (де шукати інформацію, які документи та як готувати, як відбувається процес написання грантової заявки, кого долучати і т.д.) – тобто отримання відповідей на прикладні питання – живий досвід.

Частота: 1 поїздка на рік для 1 населеного пункту. Всього 7 поїздок протягом року. Місто, до якого здійснюється візит відбирається за принципом наявності там інноваційної практики, реалізованої на рівні ОСББ і не обмежується територією Луганської та Донецької областей.

Цільова аудиторія: створені ОСББ.

Експертна підтримка: консультаційний та організаційний супровід у поїздки.

Результат: впроваджена принаймні 1 нова практика містом-відвідувачем протягом 6 місяців після повернення зі стаді-туру. Всього 7 впроваджених практик.

| Стратегія перетворень 6. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|--|-----------------|---|--------------------------------|----------------------------|--|
| Інструмент 10. Поїздки до міст-партнерів | Торецьк | правління ОСББ, активні співвласники ОСББ | до 5 осіб | 1 поїздка на рік | впровадження 1 практики після повернення |
| Інструмент 10. Поїздки до міст-партнерів | Слов'янськ | правління ОСББ, активні співвласники ОСББ | до 5 осіб | 1 поїздка на рік | впровадження 1 практики після повернення |
| Інструмент 10. Поїздки до міст-партнерів | Костянтинівка | правління ОСББ, активні співвласники ОСББ | до 5 осіб | 1 поїздка на рік | впровадження 1 практики після повернення |
| Інструмент 10. Поїздки до міст-партнерів | Краматорськ | правління ОСББ, активні співвласники ОСББ | до 5 осіб | 1 поїздка на рік | впровадження 1 практики після повернення |
| Інструмент 10. Поїздки до міст-партнерів | Покровськ | правління ОСББ, активні співвласники ОСББ | до 5 осіб | 1 поїздка на рік | впровадження 1 практики після повернення |
| Інструмент 10. Поїздки до міст-партнерів | Сєвєродонецьк | правління ОСББ, активні співвласники ОСББ | до 5 осіб | 1 поїздка на рік | впровадження 1 практики після повернення |
| Інструмент 10. Поїздки до міст-партнерів | Старобільськ | правління ОСББ, активні співвласники ОСББ | до 5 осіб | 1 поїздка на рік | впровадження 1 практики після повернення |

-7- Кампанія з мобілізації співвласників багатоквартирних будинків з урахуванням особливостей різних вікових груп.

- **Інструмент 11. Заходи з соціальної проблематики.** За результатами дослідження, найбільший відсоток потенційного охоплення учасників набирають заходи, спрямовані на благодійність. Тому, одним із варіантів згуртування населення може стати долучення до соціальних проєктів або благодійних акцій. Для кожного з міст-учасників може бути обрана своя цільова аудиторія та соціальна проблематика, на вирішення якої скеровані дії співвласників ББ. В даному випадку важливо, щоб це була достатньо проста ідея, яка не вимагає від співвласників значних дій, але при цьому долучення до неї викликатиме почуття «гордості за себе» і стимулюватиме подальшу готовність до активності у різних формах. **Через прості речі формується звичка.** Це може бути збір батарейок для окремої утилізації, сортування сміття (або хоча б пластику), збір одягу для притулків тощо. Для стилізації даної активності пропонується використання брендованого інструментарію (баки, пакети, коробки), які міститимуть хештег проєкту, що відсилає не до ОСББ, а до цінностей - відповідальності, ініціативності, самодостатності, активності.

Частота: тематичні активності протягом року, тривалість однієї активності від тижня (збір речей для притулку) до постійної реалізації (облаштування контейнеру для збору батарейок). Очікується, що дана активність буде запущена мінімум у 10% ОСББ від існуючих на даних момент по кожному населеному пункту. І кожен квартал буде змінюватись тематика.

Цільова аудиторія: створені ОСББ.

Експертна підтримка: координаційна та організаційна підтримка зі сторони координаторів проєкту.

Результат: формування/закріплення відчуття співпричетності малими діями до важливих результатів, конкретні приклади згуртування співвласників навколо соціальної проблематики.

- **Інструмент 12. Флешмоби та челенджі.** Заходи спрямовані на залучення співвласників ОСББ до проявів громадянської, патріотичної позиції. Наприклад, це можуть бути заходи, до Дня вишиванки або до Дня Прапора, коли активні ОСББ проявляють креативні ініціативи для вираження своєї позиції (наприклад, свято у вишиванках, прапори на балконах, оформлення прибудинкової території у національні кольори тощо).

Частота: так само як і за попереднім інструментом, очікується що такі форми заходів будуть впроваджені у мінімум 10% ОСББ від існуючих на даних момент по кожному населеному пункту. І протягом року така практика повториться до 4 разів.

Системність відтворення подібних заходів, спрямованих на згуртування, формує звичку участі і потребу у тому, щоб долучатись. Тому по відношенню до Інструментів 11 та 12 важливим є, щоб вони реалізовувались не хаотично і не поодинокі.

Цільова аудиторія: створені ОСББ.

Експертна підтримка: координаційна та організаційна підтримка зі сторони координаторів проєкту.

Результат: формування/закріплення відчуття співпричетності малими діями до важливих результатів, конкретні приклади єдності співвласників ББ.

- **Інструмент 13. Конкурс міні-проєктів.** Конкурс проводиться серед ОСББ з тих міст, де найбільша кількість об'єднань в межах цієї групи (Торецьк, Краматорськ, Покровськ, Сєвєродонецьк, Костянтинівка, Слов'янськ). **За змістовним наповненням проєкти, які подаються на цей конкурс мають стосуватись питань естетичного оформлення, благоустрою та дизайну, наприклад:**

- ландшафтний дизайн прибудинкової території;
- дизайн під'їзду;

| Остаточний детальний план щодо залучення мешканців ББ до процесу громадської участі

- облаштування підвалу або даху (наприклад, як актовий або спортивний зал);
- облаштування ресурсних центрів;
- street art – мурали;
- тощо – перелік не є вичерпним і лише визначає можливі напрямки для підготовки проєктів.

Положення щодо конкурсу має бути розроблено окремо і передбачати співфінансування проєктів в тому числі зі сторони ОСББ, а також пункти щодо відповідності проєктів правилам благоустрою НП та щодо загальної їх сталості. За сутністю проєкти максимально вільні від негативу і жодним чином не пов'язані з житлово-комунальними проблемами. А тому **постають елементом моделювання сучасного урбаністичного арт-простору**. Ідеї для образів муралів, дизайнерського оформлення та креативу містяться в тому числі в результатах фокус-групових обговорень у частині, яка присвячена асоціаціям з багатоквартирними будинками, і можуть бути використані професійними митцями.

Частота: конкурс проводиться 1 раз на рік і передбачається, що буде визначено 6 переможців (в ідеалі по 1 на кожне місто-учасник), загальна чисельність поданих заявок не менше 20 на 6 міст. Реалізація проєкту має займати до 3-місяців.

Цільова аудиторія: створені ОСББ.

Експертна підтримка: консультаційний та організаційний супровід зі сторони координаторів проєкту.

Результат: самостійно сконструйований креативний урбаністичний простір, який є унікальним і відмінним від решти житлового масиву міста; реалізовані 5 міні-проєктів.

- **Інструмент 14.** Толоки, як інструмент згуртування населення для міст з мінімальною кількістю створених ОСББ на даний момент (м. Лисичаськ, м. Старобільськ, м. Сватове). Даний інструмент є ідентичним до **Інструменту 7**, описаному у переліку заходів Групи # 3.

Тривалість: по 3 заходи у кожному місті за один сезон (весна та осінь). Всього 18 заходів.

Цільова аудиторія: співвласники багатоквартирних будинків, об'єднані в ОСББ та не об'єднані в ОСББ.

Зовнішня підтримка: місцеві громадські організації, представники органів влади, представники донорів, представники профільних ГО (наприклад, екологічних, мистецьких, за умов наявності потреби у їх допомозі).

Результат: виявлені 3 ініціативні групи, реалізовані ініціативи з благоустрою прибудинкової території (з кінцевим продуктом, не просто чисто, а висаджені дерева, облаштований дитячий майданчик, намальований мурал).

| Стратегія перетворень 7. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|--|-----------------|-------------------|--------------------------------|---------------------------------------|--|
| Інструмент 11. Заходи з соціальної проблематики ³ | Торецьк | співвласники ОСББ | 8 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 11. Заходи з соціальної проблематики | Слов'янськ | співвласники ОСББ | 7 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ | 1. реалізовано 4 хвили протягом року |

³ Сам захід визначається ОСББ.

| | | | | | |
|--|---------------|-----------------------|--------|---------------------------------------|--|
| | | | | протягом року | 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 11. Заходи з соціальної проблематики | Костянтинівка | співвласники ОСББ | 3 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 11. Заходи з соціальної проблематики | Краматорськ | співвласники ОСББ | 8 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 11. Заходи з соціальної проблематики | Покровськ | співвласники ОСББ | 3 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 11. Заходи з соціальної проблематики | Сєвєродонецьк | співвласники ОСББ | 7 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 11. Заходи з соціальної проблематики | Лисичанськ | співвласники ОСББ, ББ | 1 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 11. Заходи з соціальної проблематики | Старобільськ | співвласники ОСББ, ББ | 1 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 11. Заходи з соціальної проблематики | Сватове | співвласники ОСББ, ББ | 1 ББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 12. Флешмоб, челендж | Торецьк | співвласники ОСББ | 8 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 12. Флешмоб, челендж | Слов'янськ | співвласники ОСББ | 7 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 12. Флешмоб, челендж | Костянтинівка | співвласники ОСББ | 3 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 12. Флешмоб, челендж | Краматорськ | співвласники ОСББ | 8 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 12. Флешмоб, челендж | Покровськ | співвласники ОСББ | 3 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ | 1. реалізовано 4 хвили протягом року |

| | | | | | |
|--------------------------------------|---------------|-----------------------|----------|---------------------------------------|--|
| | | | | протягом року | 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 12. Флешмоб, челендж | Сєверодонецьк | співвласники ОСББ | 7 ОСББ | 4 заходи у кожному ОСББ протягом року | 1. реалізовано 4 хвили протягом року 2. до заходів долучилось більше 50% співвласників ББ |
| Інструмент 13. Конкурс міні-проектів | Торецьк | співвласники ОСББ | 8 заявок | 1 раз на рік | 1 реалізований проект |
| Інструмент 13. Конкурс міні-проектів | Слов'янськ | співвласники ОСББ | 7 заявок | 1 раз на рік | 1 реалізований проект |
| Інструмент 13. Конкурс міні-проектів | Костянтинівка | співвласники ОСББ | 3 заявки | 1 раз на рік | 1 реалізований проект |
| Інструмент 13. Конкурс міні-проектів | Краматорськ | співвласники ОСББ | 8 заявок | 1 раз на рік | 1 реалізований проект |
| Інструмент 13. Конкурс міні-проектів | Сєверодонецьк | співвласники ОСББ | 7 заявок | 1 раз на рік | 1 реалізований проект |
| Інструмент 13. Конкурс міні-проектів | Покровськ | співвласники ОСББ, ББ | 3 заявки | 1 раз на рік | 1 реалізований проект |
| Інструмент 14. Толоки | Лисичанськ | співвласники ОСББ, ББ | 48 осіб | 6 заходів за рік | 1. виявлена 1 ініціативна група 2. 6 ініціатив з благоустрою |
| Інструмент 14. Толоки | Старобільськ | співвласники ОСББ, ББ | 48 осіб | 6 заходів за рік | 1. виявлена 1 ініціативна група 2. 6 ініціатив з благоустрою |
| Інструмент 14. Толоки | Сватове | співвласники ОСББ, ББ | 48 осіб | 6 заходів за рік | 1. виявлена 1 ініціативна група 2. 6 ініціатив з благоустрою |

8. Кампанія з налагодження діалогу між представниками руху ОСББ та ОМС.

■ Інструмент 15. Платформа для діалогу між ОСББ, ГО, ГС, АОСББ та ОМС.

Даний інструмент передбачає започаткування практики функціонування постійного майданчику, на якому б відбувався діалог між представниками ОСББ руху та ОМС. Платформа запускається у форматі зустрічі «без краваток» з максимальним рівнем свободи від формалізму та бюрократії, що може проявлятися у наступному:

- місце зустрічі – не приміщення ОМС, а open спейс коворкінгів / креативних просторів громадських організацій (ГО не обов'язково мають бути пов'язані з тематикою ОСББ);
- не круглий стіл і без офіційних докладів, а вільна модерована дискусія по 1 ключовому питанню. Учасники інформуються про предмет зустрічі заздалегідь і за необхідності готуються;
- не формат одні просять – інші дають, а комунікації на рівних та за принципом win-win.

Перша ініціатива щодо започаткування такого каналу комунікації має належати представникам проекту донора для підвищення базового авторитету та статусу ініціативи, а також протягом першого року платформа має функціонувати за участі

зовнішнього фасилітатора, проте після цього вона переходить на повну самоорганізацію.

Тривалість: на постійній основі. Мінімальна періодичність проведення сесій в межах платформи – 1 раз на 3 місяці.

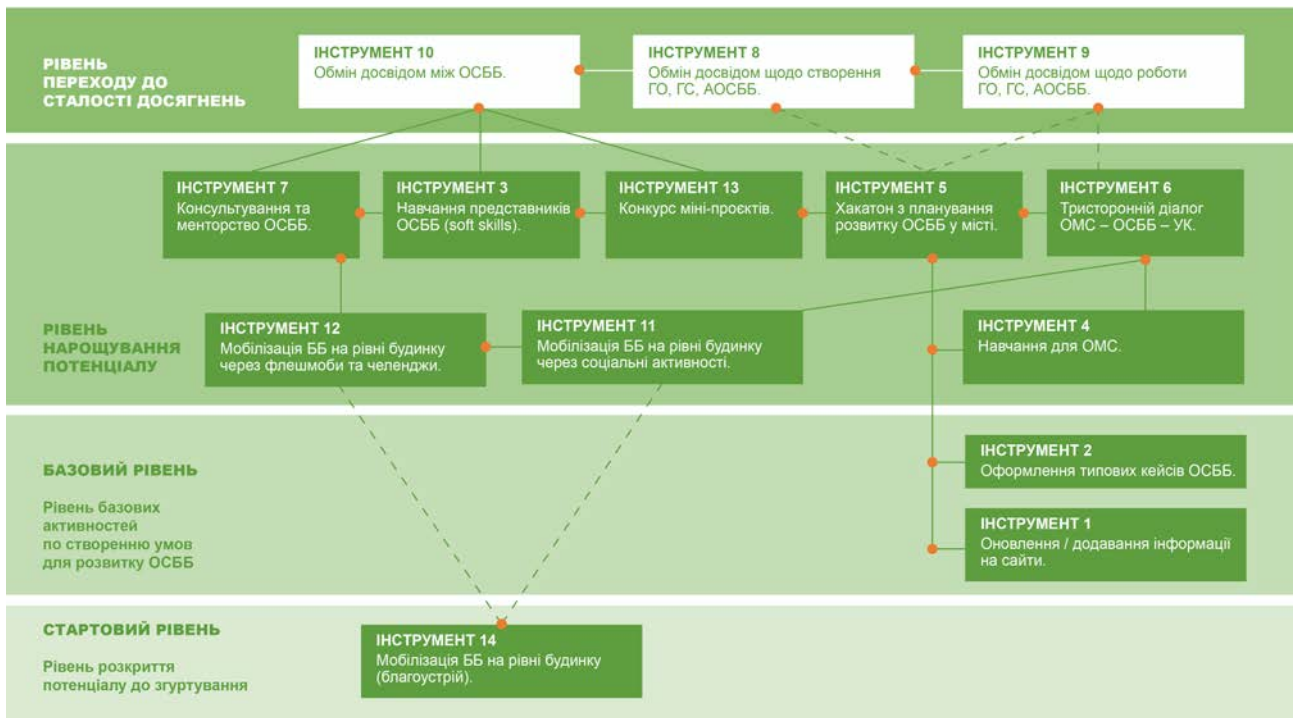
Цільова аудиторія: голови правління ОСББ, керівництво та представники ГО, ГС, АОСББ, представники ОМС.

Зовнішня підтримка: на першому етапі можлива участь фасилітатора/модератора.

Результат: зміна у сприйнятті двома сторонами потреби можливостей один одного; вирішення щонайменше 1 проблемного питання у кожному місті Групи # 2, яке потребувало спільних зусиль представників ОМС та ОСББ.

| Стратегія перетворень 8. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|---|-----------------|--------------------------|--------------------------------|----------------------------|--|
| Інструмент 15. Платформа для діалогу між ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | Костянтинівка | ОМС, ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | мінімум 4 сесії на рік | 2 години 1 сесія | вирішено 1 проблемне питання розвитку ОСББ |
| Інструмент 15. Платформа для діалогу між ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | Лисичанськ | ОМС, ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | мінімум 4 сесії на рік | 2 години 1 сесія | вирішено 1 проблемне питання розвитку ОСББ |
| Інструмент 15. Платформа для діалогу між ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | Старобільськ | ОМС, ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | мінімум 4 сесії на рік | 2 години 1 сесія | вирішено 1 проблемне питання розвитку ОСББ |
| Інструмент 15. Платформа для діалогу між ОСББ, ГО, ГС, АОСББ. | Торецьк | ОМС, ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | мінімум 4 сесії на рік | 2 години 1 сесія | вирішено 1 проблемне питання розвитку ОСББ |
| Інструмент 15. Платформа для діалогу між ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | Слов'янськ | ОМС, ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | мінімум 4 сесії на рік | 2 години 1 сесія | вирішено 1 проблемне питання розвитку ОСББ |
| Інструмент 15. Платформа для діалогу між ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | Краматорськ | ОМС, ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | мінімум 4 сесії на рік | 2 години 1 сесія | вирішено 1 проблемне питання розвитку ОСББ |
| Інструмент 15. Платформа для діалогу між ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | Покровськ | ОМС, ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | мінімум 4 сесії на рік | 2 години 1 сесія | вирішено 1 проблемне питання розвитку ОСББ |
| Інструмент 15. Платформа для діалогу між ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | Сєвєродонецьк | ОМС, ОСББ, ГО, ГС, АОСББ | мінімум 4 сесії на рік | 2 години 1 сесія | вирішено 1 проблемне питання розвитку ОСББ |

Шлях населених пунктів групи # 2 до досягнення мети виглядає наступним чином:



ГРУПА # 1

СПЕЦИФІКА: РОБОТА НАД СТАЛІСТЮ ТА МАСШТАБУВАННЯМ УСПІШНИХ ПРАКТИК

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

| | |
|--|---------|
| Чисельність населення | 596 603 |
| Кількість ББ | 2881 |
| Кількість ОСББ | 1048 |
| Кількість ББ, що входять в ОСББ | 1089 |
| Відсоток ББ ОСББ у складі загальної кількості ББ міста | 28% |

Група # 1 складається з **флагманських міст**, які вийшли на такий рівень розвитку ОСББ, на якому основний фокус зміщується з необхідності доводити цінність та вигоди цієї форми управління у бік **потреби у сталості досягнутих результатів та перенесенні існуючих практик згуртування, активності населення, а також досвіду відстоювання своїх інтересів, на інші сфери життєдіяльності громади, які на пряму можуть бути не пов'язані з ОСББ.**

Дана група складається з 4 міст – по 2 з Донецької та Луганської областей. Міста займають лідируючі позиції в межах своїх областей як щодо кількості створених ОСББ, так і щодо системності і комплексності дій, спрямованих на підтримку руху ОСББ. Однак показники міст Донецької області – Маріуполя та Бахмута – є більш переконливими, ніж Рубіжного та Попасної. Так, по Донецькій області ми фіксуємо середній показник 41% багатоквартирних будинків, об'єднаних в ОСББ, в той час як по Луганській області – 15%. Кількість створених ОСББ виступає своєрідним показником накопиченої критичної маси (у позитивному сенсі даного словосполучення), яка вказує на проходження точки неповернення на шляху популяризації руху ОСББ. Чим більше ОСББ – тим менше ресурсів необхідно на стратегії інформування та формування зацікавленості, і тим більше самі ОСББ виступають красномовним свідченням конкретних змін та стимулом для перетворень. Саме тому **шлях до розповсюдження сталих практик активного громадянства лежить через збільшення кількості успішних ОСББ**, які мають досвід адвокації своїх інтересів на рівні муніципалітетів і виступають дієвим суб'єктом у комунікації з ОМС та іншими зацікавленими сторонами (управляючими компаніями, донорами тощо).

Спільним припущенням (умовами, які вже існують) для усіх населених пунктів є:

- 1-** Визначення ОСББ як пріоритету у питаннях реформування житлово-комунального господарства на рівні муніципалітетів.
- 2-** Системна та комплексна підтримка процесу створення ОСББ зі сторони ОМС.
- 3-** Високий рівень інформованості про ОСББ, розуміння вигід від обрання даної форми управління.
- 4-** Наявність пулу конкретних прикладів змін, які відбуваються після створення ОСББ.
- 5-** Високі показники задоволеності співвласників ББ ОСББ як формою управління.
- 6-** Сформована практика спільного вирішення проблемних питань на рівні будинку.

Додаткові припущення, актуальні для Маріуполя, Бахмута, Рубіжного:

- Існування ГО, ГС, АОСББ.
- Практика адвокації своїх інтересів на рівні міста.

Базові стратегії перетворення

1. Комплексна інформаційно-комунікативна кампанія у медіа просторі;
2. Навчальна кампанія для представників правлінь ОСББ;
4. Консультативна та менторська підтримка експертами ОСББ та ініціативних груп;
5. Стимулювання створення ГО, ГС, АОСББ;
6. Кампанія з обміну досвідом між ОСББ;
7. Кампанія з мобілізації співвласників багатоквартирних будинків з урахуванням особливостей різних вікових груп;
8. Кампанія з налагодження діалогу між представниками руху ОСББ та ОМС.
9. Лобювання змін до законодавства, відстоювання інтересів співвласників багатоквартирних будинків.

Деталізація стратегій

-1- Комплексна інформаційно-комунікативна кампанія у медіа просторі.

- **Інструмент 1. Телеграм-канал та чат-бот** спрямовані на інтерактивне інформування, допомогу для ініціативних груп / правління ОСББ.

Телеграм-канал є альтернативою новинним сайтам, офіційним сайтам (по типу Про ОСББ), Вайбер-групам. Долучитись до каналу можуть всі зацікавлені особи (правління ОСББ, ініціативні групи, активні власники квартир, представники ОМС тощо).

Першочерговими цільовими аудиторіями чат-боту є:

- Ініціативні групи – відповіді на найактуальніші запитання щодо створення ОСББ, щодо проблемних моментів, законодавчого регулювання, розвінчання міфів тощо.
- Правління ОСББ – відповіді на найпоширеніші запитання щодо функціонування ОСББ.

Просування телеграм-каналу та чат-боту відбувається в рамках соціальної реклами та через профільні інституції (сторінки, Вайбер-групи асоціацій, ГО, ОМС).

Сам інструмент більшою мірою орієнтований на населені пункти Групи # 2, проте, з точки зору його просування та сталості роботи, створюється він на базі міст Групи # 1.

Тривалість: активність передбачає запуск відповідних каналів та їх подальше стає модерування АОСББ. Запуск даного інструменту передбачає підтримку експертів з діджитал-інструментів щодо того, яку інформацію і як подати, як її розмістити у телеграм каналі та як керувати чат-ботом. 8 годин спільної стратегічної сесії, 1 місяць для запуску чат-боту і телеграм каналу.

Цільова аудиторія: ГО, ГС, АОСББ, створені ОСББ, ініціативні групи у ББ.

Експертна підтримка: місцеві громадські організації, представники органів місцевої влади, представники донорів, фахівці з діджитал-маркетингу.

Результат: створений Телеграм-канал з мінімальною кількістю підписників 1500 осіб за 1 рік та систематичністю цінних публікацій (не менше 1 на 5 днів); створений чат-бот з мінімальною кількістю запитів 400.

- **Інструмент 2. Оформлення успішних кейсів (промороликів до 2 хвилин) у форматі міні-історій «Чому ми пишаємось своїм ОСББ?».** Сутність ідеї полягає в тому, щоб

донести до ініціативних груп та вже функціонуючих об'єднань, що успіх не завжди вимірюється масштабністю робіт, що успіхом може бути як капітальний ремонт даху, так і встановлення дитячого майданчику чи заміна світильників у під'їзді.

Мета заходу: донести до співвласників ББ, що ОСББ – не є зоною відповідальності лише голови правління, а успіх досягається саме тоді, коли в роботу включені усі групи. Даний інструмент передбачає створення до 10 відео-кейсів на 4 міста цієї групи. Кожен кейс має стосуватись різних досягнень ОСББ, але обов'язково відображати активність та участь співвласників ББ (форми такої участі, кількість учасників, їх мотиви). **Важливо, що ці відео-кейси не мають створювати ефект ідеальності, їх мета не постановочно показати реальне життя.** Тобто, якщо кейс, присвячений благоустрою, і для прибирання з будинку вийшло 10 осіб, то ми не створюємо ефект стовідсоткової участі, а показуємо «нормальність» процесів, які відбуваються на рівні будинку. 10 осіб – це не мало чи багато, це той актив, який ми маємо по конкретному заходу і це те, що у підсумку за рік трансформується у до 90% ситуативної участі співвласників ББ. Іншими словами – не можуть кожного разу брати участь у наших активностях усі співвласники, проте якщо кожен за рік візьме участь в одному, двох, а можу й у трьох заходах, то це і буде тим реальним показником залучення власників квартир до життя свого ОСББ.

Тривалість: одноразовий захід, який передбачає консультаційну підтримку експертів з комунікації щодо того, як інформацію подати максимально просто і доступно. 8 годин спільної стратегічної сесії, 1 місяць на підготовку відео-кейсів.

Цільова аудиторія: профільні фахівці, які займаються питаннями ОСББ, представники ГО, ГС, АОСББ, представники правлінь ОСББ, а також фахівці з комунікації ОМС.

Експертна підтримка: фахівці з комунікації та дизайну, фахівець з розвитку ОСББ.

Результат: створення серії відео-кейсів (до 10), які відображають успіх ОСББ у різних сферах; підвищення рівня значущості малих змін та усвідомлення своєї ролі у них.

| Стратегія перетворень 1. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|--------------------------------------|---|------------------------------|--------------------------------|--|--|
| Інструмент 1. Телеграм-канал | Усі громади проекту, але створення та модерування Маріуполь | ОСББ, ініціативні групи, ОМС | 1500 підписників | 1 місяць створення, функціонування на постійній основі | 1. системність публікацій 2. планомірне зростання підписників |
| Інструмент 1. Чат-бот | Усі громади проекту, але створення та модерування Маріуполь | ОСББ, ініціативні групи, ОМС | 400 запитів | 1 місяць створення, функціонування на постійній основі | планомірне зростання запитів |
| Інструмент 2. Відео-кейси | Маріуполь | ОСББ, ОМС, АОСББ | 4 відео | 1 місяць на реалізацію | 4 відео-кейси |
| Інструмент 2. Відео-кейси | Бахмут | ОСББ, ОМС, ГО | 3 відео | 1 місяць на реалізацію | 3 відео-кейси |
| Інструмент 2. Відео-кейси | Рубіжне | ОСББ, ОМС, ГО | 2 відео | 1 місяць на реалізацію | 2 відео-кейси |
| Інструмент 2. Відео-кейси | Попасна | ОСББ, ОМС | 1 відео | 1 місяць на реалізацію | 1 відео-кейс |

-2- Навчальна кампанія для представників правлінь ОСББ.

■ Інструмент 3. Тренінги для правління ОСББ.

Для даної групи міст є актуальним навчання в форматі тренінгів, зі значною частиною практичної складової та ілюстрацією кейсів. Пропонується проведення тренінгів за місцем проживання – це дозволить залучити більше осіб до навчання шляхом зниження часових витрат, що є одним з найбільших бар'єрів відвідування виїзних заходів.

Маючи досвід управління багатоквартирним будинком, на перший план виходить потреба у навичках ефективної комунікації.

Тематики навчання:

- ефективна комунікація, профілактика професійного вигорання;
- проектний менеджмент, грантрайтинг, фандрайзинг;
- адвокація.

Пропонується об'єднати усі тренінги в один курс «Сталі практики ефективного управління ОСББ» (за аналогією з інструментом 3 Група #2).

Для забезпечення кращого результату від одного ОСББ брати участь має команда (2-4 особи). Перевага надається різновіковим та гендернозбалансованим командам. При значному попиті (неможливості запросити на тренінги всіх охочих) забезпечується онлайн-трансляція за попередньою реєстрацією.

Тривалість: курс складатиметься з 6 сесій, кожна сесія тривалістю 6 годин. Одна сесія проводиться раз на місяць. Сумарно 6 днів (36 годин) навчання. Зважаючи на те, що кількість ОСББ по містам групи є різною, пропонується наступна кількість курсів у розрізі міст-учасників:

- Маріуполь 5 курсів по 20 учасників від 6 ОСББ, всього 30 ОСББ
- Бахмут 3 курси по 20 учасників від 6 ОСББ, всього 18 ОСББ
- Рубіжне 2 курси по 20 учасників від 6 ОСББ, всього 12 ОСББ
- Попасна 1 курс, 20 учасників від 6 ОСББ

Цільова аудиторія: представники правління ОСББ.

Експертна підтримка / тренери: незалежні експерти-практики з розвитку ОСББ.

Результат: збільшення щонайменше на 10% показників залучення співвласників багатоквартирних будинків до реалізації проектів ОСББ; подання не менше 9 заявок на участь у конкурсах міні-проектів; щонайменше 1 впроваджена практика диверсифікації залучених коштів до ОСББ в межах кожного міста-учасника.

| Стратегія перетворень 2. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|---|-----------------|-------------------|-------------------------------|--|--|
| Інструмент 3. Курс «Сталі практики ефективного управління ОСББ» | Маріуполь | Правління ОСББ | 100 осіб | 5 курсів, 1 курс 36 годин навчання. Всього 180 годин | 1. підвищено показник залученості співвласників ББ до участі у проектах на 10% 2. подані 3 проекти на конкурс мініпроектів/громадський бюджет тощо 3. впроваджена 1 практика диверсифікації залучених коштів до ОСББ |
| Інструмент 3. Курс «Сталі практики ефективного управління ОСББ» | Бахмут | Правління ОСББ | 60 осіб | 3 курси, 1 курс 36 годин навчання. Всього 108 годин | 1. підвищено показник залученості співвласників ББ до участі у проектах на 10% |

| | | | | | | |
|--|---------|----------------|---------|--|--|--|
| управління ОСББ» | | | | | | 2. подані 3 проекти на конкурс мініпроектів/громадський бюджет тощо 3. впроваджена 1 практика диверсифікації залучених коштів до ОСББ |
| Інструмент 3. Курс «Сталі практики ефективного управління ОСББ» | Рубіжне | Правління ОСББ | 40 осіб | 2 курси, 1 курс 36 годин навчання. Всього 72 годин | | 1. підвищено показник залученості співвласників ББ до участі у проєктах на 10% 2. подані 3 проекти на конкурс мініпроектів/громадський бюджет тощо 3. впроваджена 1 практика диверсифікації залучених коштів до ОСББ |
| Інструмент 3. Курс «Сталі практики ефективного управління ОСББ» | Попасна | Правління ОСББ | 20 осіб | 1 курс 36 годин навчання | | 1. підвищено показник залученості співвласників ББ до участі у проєктах на 10% 2. подані 3 проекти на конкурс мініпроектів/громадський бюджет тощо 3. впроваджена 1 практика диверсифікації залучених коштів до ОСББ |

-4- Консультативна та менторська підтримка експертами ОСББ та ініціативних груп.

- **Інструмент 4. Інститут регіонального менторства.** Міста Групи # 1 мають високий рівень підтримки місцевої влади, з одного боку, і значну увагу проєктів, спрямованих на розвиток руху ОСББ, з іншого боку. Такі умови є доволі комфортними і сприятливими для змін на краще, втім, породжують ризики – в разі зміни політичних еліт може знизитись і підтримка ОСББ на місцевому рівні, а завершення проєктів навчання для голів правлінь призведе до того, що ОСББ залишаться сам на сам із новими складнощами та проблемами. Саме тому важливо не просто дати відповіді на питання тут і зараз, а навчити здобувати ці знання самостійно і поширювати їх серед спільноти однодумців, таким чином, забезпечивши згуртування і сталість руху ОСББ.

Створення «Інституту регіонального менторства» передбачає навчання лідерів думок ОСББ (голів правлінь, що є місцевими експертами; голів ГО, ГС, АОСББ, що надають інформаційну підтримку; голів профільних громадських організацій тощо) тому яким чином надавати системну підтримку та професійний супровід менш досвідченим колегам. Мета даного інструменту – підготовка менторів з числа представників правлінь існуючих ОСББ. Передбачається, що потенційні учасники мають базовий та вище базового рівень професійних навичок у юридичних, організаційних, фінансових питаннях тощо, а навчання в **Інституті регіонального менторства** буде фокусуватись на розвитку комунікативних навичок, донесенні інформації до «непідготовленої» або «проблемної аудиторії», публічним виступам, онлайн-комунікації тощо.

Пропонований формат передбачає те, що кожна особа, яка має наміри стати ментором, в процесі навчання виконуватиме конкретні завдання і здійснюватиме супровід ініціативної групи зі створення ОСББ у своєму місті або новоствореного

ОСББ. Після завершення навчання передбачається, що **кожен ментор протягом року супроводжуватиме мінімум 1 ОСББ, при цьому 10% від усіх ОСББ мають бути з міст Групи # 2.**

Тривалість: навчання менторів проходитиме в онлайн режимі і складатиметься з 5 сесій, кожна сесія тривалістю 4 години. Одна онлайн-сесія проводиться раз на місяць і завершуватиметься конкретним завданням, на виконання якого відводиться час до наступної сесії. Між сесіями кожен учасник матиме 2 години онлайн-консультацій з тренерами. Учасники з усіх 4 міст навчаються одночасно.

Цільова аудиторія: представники правління ОСББ, голови ГО, ГС, АОСББ.

Експертна підтримка / тренери: незалежні експерти-практики з розвитку ОСББ, експерти існуючих ГО, ГС, АОСББ, експерти органів місцевого самоврядування.

Результат: підготовлені мінімум 14 менторів для супроводу ОСББ у цільових громадах; забезпечений супровід 14 ініціативних груп/ОСББ підготовленими менторами; закладена основа для формування регіональної спільноти менторів ОСББ, що дозволить «розвантажити» ОМС від вирішення дрібних типових питань; формування корпоративної культури ОСББ в межах міста; підвищення сталості розвитку ОСББ.

- **Інструмент 5. Командне менторство.** Ідея полягає в тому, що міста-амбасадори ОСББ приходять до успіху не тільки і не стільки завдяки фінансовій підтримці розвитку об'єднань. Потужним стимулом успішного функціонування ОСББ є налагоджена взаємодія з ОМС, залученість посадовців до реалізації ініціатив ОСББ, інформаційна підтримка діяльності об'єднань. Такі практики легше масштабувати на території з обмеженим ресурсом / дотаційним бюджетом. Командне менторство передбачає наявність міст-партнерів (у форматі «ментор-учень») та перейняття кращого досвіду для подальшого застосування. До складу команд обох категорій входять представники ОМС (2 представники з населеного пункту), ГО, ГС, АОСББ (принаймні один представник за наявності), ГО (для населених пунктів де немає ОСББ, але є активні громадські організації, 2 представники) та ОСББ (щонайменше 5 голів правління; за їх відсутності – комітети ініціативні групи / активні мешканці ББ).

Етапи командного менторства включають:

- аналіз поточної ситуації розвитку ОСББ;
- формулювання цілей;
- візит міст-учнів до міст-менторів;
- розробка програми розвитку ОСББ / плану дій з підвищення лояльності до ОСББ (це є результатом застосування **інструменту 5 Група # 2**);
- супровід реалізації програми.

Пропоновані пари:

- Попасна – Станиця Луганська
- Бахмут – Дружківка
- Рубіжне – Старобільськ / Сватове

Тривалість: таке міжмуніципальне менторство є тривалим процесом, поділеним на окремі етапи. Загальний строк – 1 рік. Окремим етапом є обов'язковий стартовий візит робочої групи з міст-учасників до міст-менторів для безпосереднього ознайомлення з результатами роботи ОСББ і реальними перспективами. В цілому діяльність в межах забезпечення міжмуніципальної менторської підтримки має бути закріплена окремими меморандумами та деталізуватись у програмі передбачених дій.

Цільова аудиторія: ОМС, голови правлінь, співвласники багатоквартирних будинків, керівники та члени ГО, ГС, АОСББ, ініціативні групи.

Експертна підтримка / тренери: незалежні експерти-практики з розвитку ОСББ, експерти існуючих ГО, ГС, АОСББ, експерти органів місцевого самоврядування.
Результат: впровадженій механізм міжмуніципальної підтримки руху ОСББ; створенні умови для синергії дій різних суб'єктів, дотичних до розвитку ОСББ в цільових громадах; впровадження системної підтримки ОСББ у містах-учнях; зростання активності щодо створення ОСББ (поява ініціативних груп, створення ОСББ).

| Стратегія перетворень 4. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|---|----------------------------------|--|--------------------------------|---|--|
| Інструмент 4. Інститут регіонального менторства | Маріуполь | Члени АОСББ, члени профільних ГО, ГС представники правління ОСББ | 12 осіб | 20 годин онлайн-навчання, 10 годин-онлайн-консультацій (на 1 ментора) | 1. 8 підготовлених менторів 2. 8 ініціативних груп/ОСББ, яким наданий менторський супровід |
| Інструмент 4. Інститут регіонального менторства | Бахмут | Члени АОСББ, члени профільних ГО, ГС представники правління ОСББ | 6 осіб | 20 годин онлайн-навчання, 10 годин-онлайн-консультацій (на 1 ментора) | 1. 3 підготовлених ментори 2. 3 ініціативних групи/ОСББ, яким наданий менторський супровід |
| Інструмент 4. Інститут регіонального менторства | Рубіжне | Члени АОСББ, члени профільних ГО, ГС представники правління ОСББ | 4 осіб | 20 годин онлайн-навчання, 10 годин-онлайн-консультацій (на 1 ментора) | 1. 2 підготовлених ментори 2. 2 ініціативних групи/ОСББ, яким наданий менторський супровід |
| Інструмент 4. Інститут регіонального менторства | Попасна | Члени АОСББ, члени профільних ГО, ГС представники правління ОСББ | 2 осіб | 20 годин онлайн-навчання, 10 годин-онлайн-консультацій (на 1 ментора) | 1. 1 підготовлений ментор 2. 1 ініціативна група/ОСББ, якій наданий менторський супровід |
| Інструмент 5. Програма «Командне менторство» | Попасна – Станиця Луганська | ОМС, АОСББ, ОСББ, ГО, ініціативні групи | 20 осіб (від 2-х міст) | 1 рік | 1. впроваджена системна підтримка ОСББ у містах-учнях 2. підвищена активність щодо створення ОСББ (поява ініціативних груп, створення ОСББ) |
| Інструмент 5. Програма «Командне менторство» | Бахмут – Дружківка | ОМС, АОСББ, ОСББ, ГО, ініціативні групи | 20 осіб (від 2-х міст) | 1 рік | 1. впроваджена системна підтримка ОСББ у містах-учнях 2. підвищена активність щодо створення ОСББ (поява ініціативних груп, створення ОСББ) |
| Інструмент 5. Програма «Командне менторство» | Рубіжне – Старобільськ / Сватове | ОМС, АОСББ, ОСББ, ГО, ініціативні групи | 20 осіб (від 2-х міст) | 1 рік | 1. впроваджена системна підтримка ОСББ у містах-учнях 2. підвищена активність щодо створення ОСББ (поява ініціативних груп, створення ОСББ) |

-6- Кампанія з обміну досвідом між ОСББ.

■ **Інструмент 6. Успішне ОСББ у реальному часі.** Навколо ОСББ існує багато міфів, що стають бар'єрами на шляху створення об'єднань. В той же час, одним з найкращих інструментів мотивації, на думку експертів дослідження, є наочний приклад. І якщо для ініціативних груп ще можна організувати екскурсії у створені ОСББ / обмін досвідом, то пересічним співвласникам багатоквартирних будинків ці заходи будуть не цікаві. В той же час, суто інформаційні кампанії не створюють ефекту «бачив на власні очі». В даному випадку інструментом підвищення поінформованості, і, як наслідок, мотивації може бути проект на кшталт реаліті-шоу, що відкриває широкому загалу всі процеси і перетворення, пов'язані з організацією і функціонуванням ОСББ. Окрім цього, відбувається формування сучасного образу ОСББ у суспільній свідомості, пропаганда моделі добросусідських відносин.

Проект «Успішне ОСББ у реальному часі» передбачає участь 4 ініціативних груп (по одній в кожному місті – Маріуполь, Бахмут, Рубіжне, Попасна) від етапу ідеї створення об'єднання співвласників ББ і відслідковування змін протягом року. Щонайменше раз на місяць виходять репортажі про стан реалізації проекту та успіхи ОСББ-учасників у місцевих телевізійних і друкованих ЗМІ, соціальних медіа, тобто, забезпечується максимальний доступ до різних цільових аудиторій як в містах проекту, так і в інших громадах, що є фокусом DG East.

Алгоритм реалізації проекту:

- **Етап 1. Організаційно-підготовчий.** Деталізація концепції проекту. Визначення обсягу фінансування. Визначення каналів поширення інформації про проект з урахуванням специфіки різних цільових груп (мінімальний набір – публікація новин на сайті міських рад, соціальні медіа, вихід репортажів на місцевих телеканалах та друк статей у місцевих газетах). Оголошення старту проекту.
- **Етап 2. Формування команд проекту.** Відбір ініціативних груп для участі у проекті. Окрім ініціативної групи місто представляє представник ОМС, що допомагає протягом проекту. Відбір кураторів команд – експертів з питань ОСББ, що надаватимуть консультаційну підтримку на всіх етапах.
- **Етап 3. Реалізація проекту.** Починається зі створення переліку співвласників ББ, підготовки Статуту, скликання та проведення Установчих зборів, обрання членів та голови правління ОСББ, державної реєстрації і всіх наступних процедур, які проходять протягом року. Відстеження змін відбуватиметься щонайменше 1 раз на місяць.
- **Етап 4. Визначення переможців.** Переможці визначаються експертною комісією, до якої входять ОМС, голови правлінь ОСББ, голови АОСББ, Ресурсних центрів та інших профільних організацій. Переможці отримують головний приз проекту (наприклад, матеріальне забезпечення для реалізації ініціативи новоствореного об'єднання). Підсумок проекту: успішні кейси створених ОСББ, презентовані у форматі відео-історії.

Тривалість: до 1 року, залежить від швидкості проходження усіх етапів об'єднання.

Цільова аудиторія: цільові міста з Груп #2 та 3, ОМС цих міст, АСОББ, ГО цільових міст Проекту DG-East – це ті, на які максимально орієнтований контент, що вироблятиметься з використанням даного результату. Окрім цього – співвласники ББ міст Групи # 1, які не об'єднані в ОСББ.

Експертна підтримка / тренери: незалежні експерти-практики з розвитку ОСББ, експерти існуючих ГО, ГС, АОСББ, експерти органів місцевого самоврядування.

Результат: 4 створені ОСББ (по одному у кожному місті Групи # 1); підвищений рівень предметної обізнаності мешканців цільових громад про ОСББ як про форму управління будинком; підвищення рівня лояльності до ОСББ за рахунок розвінчання існуючих міфів.

| Стратегія перетворень 6. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|--|-----------------|---|---|----------------------------|---|
| Інструмент 6. Проект «Успішне ОСББ у реальному часі» | Маріуполь | ОМС, ініціативна група зі створення ОСББ, АОСББ | 1 ОСББ, охоплення від висвітлення процесу визначається після встановлення каналів комунікації | до 1 року | 1. створено 1 ОСББ 2. підвищено рівень предметної інформованості міст Груп # 2 та 3 про ОСББ 3. знижений рівень міфологізації процесу розвитку ОСББ |
| Інструмент 6. Проект «Успішне ОСББ у реальному часі» | Бахмут | ОМС, ініціативна група зі створення ОСББ, АОСББ | 1 ОСББ, охоплення від висвітлення процесу визначається після встановлення каналів комунікації | до 1 року | 1. створено 1 ОСББ 2. підвищено рівень предметної інформованості міст Груп # 2 та 3 про ОСББ 3. знижений рівень міфологізації процесу розвитку ОСББ |
| Інструмент 6. Проект «Успішне ОСББ у реальному часі» | Рубіжне | ОМС, ініціативна група зі створення ОСББ, АОСББ | 1 ОСББ, охоплення від висвітлення процесу визначається після встановлення каналів комунікації | до 1 року | 1. створено 1 ОСББ 2. підвищено рівень предметної інформованості міст Груп # 2 та 3 про ОСББ 3. знижений рівень міфологізації процесу розвитку ОСББ |
| Інструмент 6. Проект «Успішне ОСББ у реальному часі» | Попасна | ОМС, ініціативна група зі створення ОСББ, АОСББ | 1 ОСББ, охоплення від висвітлення процесу визначається після встановлення каналів комунікації | до 1 року | 1. створено 1 ОСББ 2. підвищено рівень предметної інформованості міст Груп # 2 та 3 про ОСББ 3. знижений рівень міфологізації процесу розвитку ОСББ |

-7- Кампанія з мобілізації співвласників багатоквартирних будинків з урахуванням особливостей різних вікових груп.

- **Інструмент 7. Конкурс міні-проектів.** Конкурс проводиться серед ОСББ 4 міст і передбачає реалізацію ініціативи, яка б виходила за рівні одного будинку, а ефект від її реалізації був відчутним і помітним на рівні міста. За змістовним наповненням проекти, які подаються на цей конкурс, не повинні стосуватись комунальних питань та комунікацій.

Положення щодо конкурсу (аналогічно до інструменту 13 Група # 2) має бути розроблено окремо і передбачати співфінансування проектів в тому числі зі сторони ОСББ.

Частота: конкурс проводиться 1 раз на рік і передбачається, що буде визначено 4 переможці (в ідеалі по 1 на кожне місто-учасник), загальна чисельність поданих заявок не менше 40 на 5 міст. Реалізація проекту має займати до 3-місяців.

Цільова аудиторія: створені ОСББ, АОСББ, ГО (з фокусом на ОСББ).

Експертна підтримка: консультаційний та організаційний супровід зі сторони координаторів проекту.

Результат: реалізовані 4 проекти, які виходять за межі конкретного будинку і стосуються змін на рівні міста.

- **Інструмент 8. Літній кемп з розвитку громадянського лідерства.** Проводиться в Маріуполі, але учасниками можуть бути молоді люди з усіх 15 громад проекту. Вік учасників – 18 - 25 років. Формат двотижневого інтенсивну у поєднанні з культурно-розвитковими активностями. Навчання спрямоване на формування адекватного уявлення про взаємозв'язок прав / повноважень і обов'язків / відповідальності в контексті різних соціальних ролей: «я-громадянин», «я-сім'янин», «я-посадовець», «я-мешканець будинку» тощо; розвиток комунікативних навичок та базових основ медіації; відпрацювання ідей та проектів для ініціатив бюджету участі; розвиток навичок самопрезентації; навички безпечного ведення соціальних мереж; презентація можливостей подальшого навчання лідерству (національні та міжнародні проекти, наприклад, ініціативи Фонду Кличка, Фонду Олени та Віктора Пінчуків, Української академії лідерства тощо).

Даний інструмент і за своєю цільовою групою і за відтермінованістю результату виходить за межі принципу «тут та тепер». Він орієнтований на системну підготовку нового покоління лідерів, відповідальних громадян, які розуміють, що таке добросусідство. Запропоноване змістовне наповнення такого кемпу пропонується реалізовувати, запозичивши підхід Стендфорського університету до своїх студій, де результатом навчання є конкретні продукти та зміни. Тобто молодь не вчить теорію, вона формує навички через практику.

Тривалість: 14 днів 1 раз на рік.

Цільова аудиторія: молодь, яка проживає в ОСББ (їх батьки є власниками квартир або вони самі є власниками квартир) у 4 містах-учасниках.

Експертна підтримка: тренери, коучі, воркшоп лідери, фасилітатори, організаційна та консультаційна підтримка з реалізації заходу.

Результат: 40 представників молодіжної категорії з навичками застосування підходу дизайн-мислення до вирішення нагальних проблем; реалізовані ініціативи у мінімум 10 ОСББ міст-учасників (ініціативи стосуються форм громадської участі, спільних дій); закладені основи для зміни поколінь управлінців на рівні будинку.

■ Інструмент 9. Флешмоб «Сила маленьких змін».

Суть «маленьких змін» полягає в тому, що в кожного з нас є побутові речі, які дратують – викинуте не в урну сміття; паління сусіда у під'їзді; перегоріла лампочка на сходовому майданчику тощо. Зазвичай, такі речі псуєть настрої, проте вони залишають без змін. Ідея флешмобу – розповсюдити наліпки з хештегом **#небайдуже**, **#дбаю_про_своє**, **#починаю_з_себе** та qr-кодом з описом руху – виправити принаймні три побутові речі, що дратують, тим самим, позбавивши себе негативних емоцій та переживань. Наліпки у підтримку флешмобу можна розмістити на телефон, ноутбук, скло машини, двері офісу чи квартири – де завгодно. Ті, хто долучився до флешмобу повинні опублікувати допис в Інстаграм / Фейсбук про маленькі зміни, які вони зробили, додаванням хештегу.

Частота: очікується, що такий захід буде впроваджений у мінімум 10% ОСББ від існуючих на даних момент по кожному населеному пункту. І протягом року така активність буде мати мінімум 2 хвили підтримки.

Цільова аудиторія: створені ОСББ.

Експертна підтримка: організаційна підтримка зі сторони координаторів проекту.

Результат: започаткований рух, що має на меті формування відповідальної поведінки, моди на «небайдужість» та демонструє легкість добрих справ.

| Стратегія перетворень 7. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|---|--|-------------------|--------------------------------|----------------------------|---|
| Інструмент 7. Конкурс міні-проектів | Маріуполь | ОСББ, АОСББ, ГО | 20 заявок | 1 раз на рік | 1 реалізований проект |
| Інструмент 7. Конкурс міні-проектів | Бахмут | ОСББ, АОСББ, ГО | 10 заявок | 1 раз на рік | 1 реалізований проект |
| Інструмент 7. Конкурс міні-проектів | Рубіжне | ОСББ, АОСББ, ГО | 6 заявки | 1 раз на рік | 1 реалізований проект |
| Інструмент 7. Конкурс міні-проектів | Попасна | ОСББ | 4 заявок | 1 раз на рік | 1 реалізований проект |
| Інструмент 8. Літній кемп для молоді | Маріуполь (місто-організатор) Учасники 4 міста Групи 1 | ОСББ | 40 молодих осіб | 14 днів | 1. 40 представників молодіжної категорії з навичками дизайн-мислення 2. 10 реалізованих ініціатив громадської активності |
| Інструмент 9. Флешмоб «Сила маленьких змін» | Маріуполь | ОСББ | 80 ОСББ | протягом року | 1. 2 хвили протягом року 2. до флешмобу долучилось більше 30% співвласників ББ |
| Інструмент 9. Флешмоб «Сила маленьких змін» | Бахмут | ОСББ | 18 ОСББ | протягом року | 1. 2 хвили протягом року 2. до флешмобу долучилось більше 30% співвласників ББ |
| Інструмент 9. Флешмоб «Сила маленьких змін» | Рубіжне | ОСББ | 5 ОСББ | протягом року | 1. 2 хвили протягом року 2. до флешмобу долучилось більше 30% співвласників ББ |

| | | | | | |
|---|---------|------|--------|---------------|---|
| Інструмент 9. Флешмоб «Сила маленьких змін» | Попасна | ОСББ | 2 ОСББ | протягом року | 1. 2 хвилині протягом року 2. до флешмобу долучилось більше 30% співвласників ББ |
|---|---------|------|--------|---------------|---|

-9- Лобіювання змін до законодавства, відстоювання інтересів співвласників багатоквартирних будинків.

■ **Інструмент 10. Форум ОСББ.** Даний захід є регіонального масштабу і об'єднує різні цільові групи, дотичні до якісних змін ОСББ, з Донецької та Луганської областей. Окрім інформаційно-просвітницької функції захід спрямований на формування престижу руху ОСББ.

Захід проводиться в м. Маріуполь з запрошення представників 14 інших цільових громад проекту DG East. Очікувана кількість відвідувачів – 150 осіб (з них 75 – маріупольці, 75 – гості з інших міст). При цьому, не менше 2 представників ОМС з міста залучаються до участі в Форумі ОСББ в рамках воркшопів.

В рамках Форуму одночасно відбувається робота декількох локацій:

- **інтерактивна виставка «Кращі практики ОСББ.** Учасники виставки – ОСББ з усієї України, що мають унікальний досвід впровадження інновацій, практики ефективного заощадження тощо. Але **не менш, як половина учасників виставки - це місцеві ОСББ** (з Донецької та Луганської області). Очікувана кількість учасників виставкової зони – 30 ОСББ – щонайменше по 1 ОСББ з кожної області, окрім цільових (загалом 22 ОСББ) і 8 місцевих ОСББ (6 з Донецької області і 2 з Луганської). Залучення учасників Форуму до презентації у виставковій зоні власного досвіду управління будинком дозволить посилити впевненість у можливостях реальних змін, а практики інших міст будуть цінними для досвідчених голів правлінь.
Виставкова зона працює в холі протягом всього часу роботи Форуму. Презентаційні стенди – це монітори з відео, що містять ключову інформацію про ОСББ, візуальні підтвердження унікальності (фото / відео / інфографіка).
- **пленарна сесія за участі перших осіб областей.** Виступ із інформацією про стан реалізації реформ ЖКГ та перспективи галузі в Україні, а також звіт про напрацювання програм підтримки ОСББ в регіоні та країні. Можливе нагородження кращих практик підтримки ОСББ (ОМС) та кращих практик управління ОСББ.
- **секція #1. Працює протягом дня для ініціативних груп та правлінь новостворених ОСББ.** Спікери – «досвідчені» голови правлінь ОСББ, що діляться практичними знаннями: набір кворуму для прийняття рішень; практики ефективного інформування співвласників багатоквартирних будинків; взаємодія з тими, хто завжди «проти»; працюючі формати заходів для згуртування мешканців ОСББ тощо.
- **секція #2. Розрахована на аудиторію правління ОСББ, в якій вже закриті перші проблемні моменти** – відремонтовані дахи / підвали / труби і вони готові до **стійкого розвитку.** Ця секція стає майданчиком для розвитку у двох напрямках: по-перше, запозичення досвіду реалізації масштабних / інноваційних проектів, по-друге, розгортання практик активної громадської участі в рамках ОСББ та поза його межами.
- **воркшопи для ОМС.** Обмін досвідом між ОМС щодо інституційної підтримки розвитку ОСББ та впровадження доступних інструментів локальної демократії. Серед спікерів, в тому числі представники ОМС / АОСББ м. Маріуполь (досвід підтримки ОСББ в рамках Громадського бюджету), м. Бахмут (підтримка створення ОСББ – допомога з реєстрами), м. Торецьк (досвід інституційної

підтримки з боку АОСББ – резервний фонд), м. Рубіжне (практики діалогу «влада-ОСББ»).

зона нетворкінгу

Ця зона працює 2 години. Її мета – надати можливість встановлення контактів з метою обміну досвідом. Наприклад, ОСББ з одного населеного пункту може поспілкуватись з ОСББ з іншого щодо реалізації проекту в рамках міжнародної технічної допомоги або представники ОМС можуть проконсультуватись один з одного щодо впровадження практик не фінансової підтримки ОСББ тощо. Список учасників формується завчасно і надається на ознайомлення представникам ОСББ і ОМС, що беруть участь у Форумі. Після чого відбувається «бронювання» співрозмовника з прив'язкою до конкретного часу в рамках роботи нетворкінгу.

Тривалість: даний захід проводиться 1 раз на рік протягом 1 дня. Час роботи 8 годин. Передбачається, що захід стане щорічним.

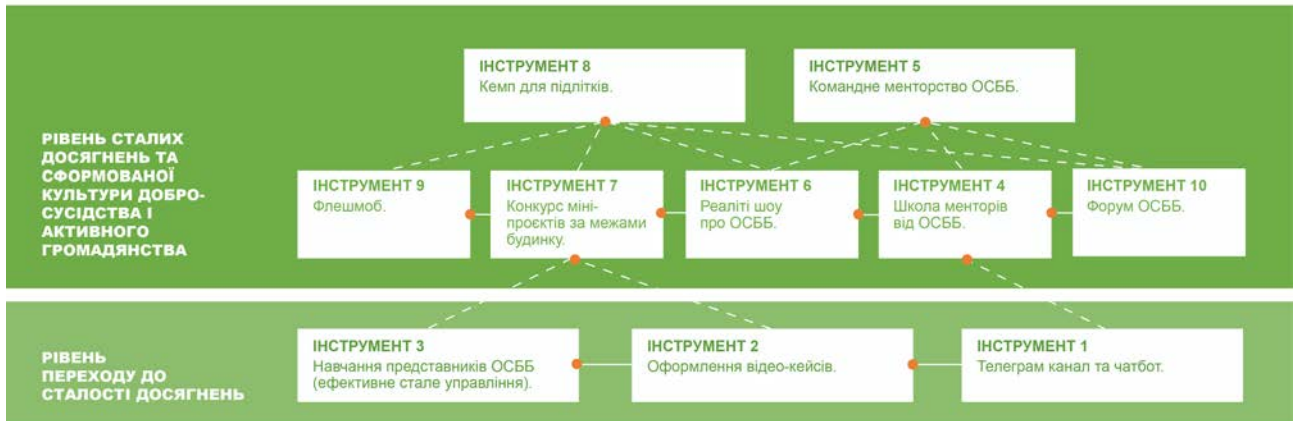
Цільова аудиторія: представники ОСББ цільових громад Проекту, представники успішних ОСББ з усієї України, АОСББ, громадські організації, громадські спілки, ініціативні групи, ОМС, незалежні експерти з розвитку ОСББ, представники міжнародних програм, представники профільних органів виконавчої влади.

Результат: резолюція форуму щодо регіональної програми підтримки руху ОСББ, в тому числі активізація потреби у створенні регіональних рад на рівні областей; формування іміджу ОСББ; встановлення зв'язків для партнерства та інформаційного обміну між ОСББ / між ОМС; щонайменше 3 спільні реалізовані проекти протягом 6 місяців після Форуму учасниками заходу.

Акцентуємо, що даний інструмент відноситься до декількох стратегій перетворень – не тільки привернення уваги до потреб ОСББ і лобювання їх інтересів, але й стимулювання створення громадських об'єднань як інструменту більш злагодженої та системної адвокації (стратегія перетворень 5) і компанія з обміну досвідом між ОСББ (стратегія перетворень 6), а також навчання як представників ОСББ, так і ОМС (стратегії 2 та 3), створення комунікативного майданчику для спілкування ОМС, ОСББ та громадських об'єднань (стратегія 8).

| Стратегія перетворень 9. Інструменти | Цільова громада | Цільова аудиторія | Очікуване охоплення/ результат | Тривалість / інтенсивність | Показник результативності |
|--------------------------------------|--|---|--------------------------------|---|---|
| Інструмент 10. Форум ОСББ | Всі 15 цільових громад + ОСББ з інших областей | ОСББ, ОМС, ГО, АОСББ, міжнародні програми, незалежні експерти | 150 осіб | 1 день реалізація (підготовка мінімум 3 місяці; пост-моніторинг результативності 6 місяців) | 1. факт проведення Форуму на 150 учасників 2. резолюція Форуму 3. 3 спільні реалізовані проекти учасниками Форуму |

Шлях населених пунктів групи # 1 до досягнення мети виглядає наступним чином:



КОМУНІКАТИВНА КАМΠΑНІЯ З ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ОСББ

Вище були описані конкретні інструменти, які дозволяють досягти кінцевої мети, сформувавши культуру добросусідства та відповідальної активності. Однак ми цілеспрямовано в кожній групі приділили мінімальну увагу саме **інформаційно-комунікативній складовій**, винісши її в окремий наскрізний компонент.

Ми виходимо з того, що будь-які комунікації в межах даного проекту мають носити системний характер і бути спрямованими на поетапне формування необхідних цінностей.

Отже, інформаційно-комунікативна концепція передбачає такі компоненти:

Компонент 1. Комунікативна кампанія з актуалізації цінностей.

Компонент 2. Рівнозначна навчально-роз'яснювальна кампанія.

Компонент 3. Підтримуюча інформаційна кампанія.

Компонент 4. Офлайн кампанія «Від ОСББ до креативного простору твого міста».

Детальніше про наповнення кожного компоненту.

-1- Комунікативна кампанія з актуалізації цінностей.

Мета: привернути увагу до цінностей «свободи», «відповідальності», «небайдужості», «активності» та «ініціативності» через прості, доступні та сучасні інструменти, які відрізняються в залежності від вікових груп населення.

Інструменти:

- **Серія хештегів проекту**, які використовуються в усіх активностях, як у соціальних медіа, так і стають елементом фірмового брендування.

Можливі варіанти хештегів:

- #дбаю_про_своє
- #починаю_з_себе
- #відповідальність_це_модно
- #роблю_сам

Важливим є те, що хештеги на пряму не пов'язані з ОСББ як формою управління, вони апелюють до індивідуальної відповідальності та активності через створення образу того, що це модно.

- **Фірмовий брендинг проекту**, який передбачає розробку брендбуку з мінімальним набором простих і привабливих елементів стилю:

- Логотип руху ОСББ у Донецькій та Луганській області
- Фірмова кольорова палітра
- Фірмові брендovanі продукти – наприклад, світшот, жилет, кепка, еко-сумки, інвентар для благоустрою
- Шаблони для візуалізації постів у соціальних медіа, друкованої продукції проекту

Основним завданням даного інструменту є те, щоб зробити візуально впізнаваним обличчя Руху ОСББ і при цьому зробити цей Рух сучасним, стильним і цікавим як за формою, так і за змістовним наповненням.

- **Відео-ролики**, які показують цільовій аудиторії, в яких простих речах проявляється наша відповідальність, і що ініціативність веде не тільки (і не стільки) до усім відомого покарання, а до змін, успіху і відчуття задоволеності собою.

| Остаточний детальний план щодо залучення мешканців ББ до процесу громадської участі

Пропонується зняти три окремих відеоролики для різних вікових категорій – молодь (16 – 25), молоді сім'ї (26 – 35), середній вік (36 – 50), передпенсійний та пенсійний вік (51 рік та старше).

Тривалість ролику: до 1 хвилини кожен.

Тип: сценарний.

Формат: соціальний сюжет з актуалізації цінностей.

- **Соціальні постери.** Сюжет постерів перетинається з сюжетом відеороликів, як змістовно, так і за персоналіями. Тобто, ті обличчя, які стають головними акторами відеороликів, присутні і на постерах.

Пропонується для кожної соціальної групи розробити по одній серії постерів, яка буде включати 5 ключових меседжів про цінності.

На постерах використовуються хештеги проекту.

Плейсменти.

- Національні телеканали – квота на соціальну рекламу
- Регіональні телеканали – квота на соціальну рекламу
- Сітілайти в усіх цільових громадах проекту (квота на соціальну рекламу)
- Білл-борд в усіх цільових громадах проекту (квота на соціальну рекламу)
- Офіційні сайти ОМС та профільних органів виконавчої влади
- Соціальні медіа – основний акцент робиться на рейтингових сторінках, групах, каналах, які на пряму не пов'язані з ОСББ, проте мають велику кількість підписників та залучення до публікацій
- Персональні сторінки інфлюенсерів – лідерів громадської думки серед кожної вікової групи, які запускають хвилю підтримки ініціативи через соціальні мережі
- Профільні сторінки, групи, канали ОСББ, АОСББ, ГО, ГС.

Тривалість кампанії: протягом півроку – активна фаза з одночасним використанням максимальної кількості плейсментів, друга половина року – пасивна фаза через підтримку у соціальних мережах.

-2- Різномірне навчально-роз'яснювальна кампанія.

Мета: забезпечити доступ до якісного роз'яснювального та навчального контенту максимально широкої цільової аудиторії **через єдину онлайн-платформу.**

Вона стає єдиним вікном для співвласників багатоквартирних будинків.

Прототипом даної ідеї може слугувати портал «Дія. Цифрова освіта», де представлені навчальні відеокурси для користувачів з різним рівнем цифрових навичок.

Базовим інструментом є сама онлайн-платформа, контент на якій поділяється на:

- Роз'яснювальний
- Навчальний
- Довідковий

| Рівень підготовленості ЦА | Роз'яснювальний | Навчальний | Довідковий |
|---|--|---|--|
| Низький Основне завдання: проінформувати | Що таке ОСББ? Розвінчання міфів та бар'єрів Вигоди від ОСББ | Початковий рівень навчального контенту | |
| Середній Основне завдання: зацікавити | Деталізація вигід | Базовий рівень навчального контенту | Кейси ОСББ |
| Високий Основне завдання: зробити амбасадорів | | Просунутий рівень навчального контенту | Кейси ОСББ, можливості для ОСББ, успішні адвокаційні кампанії, Корисні ресурси та посилання |

Форми контенту для онлайн-платформи:

- Роз'яснювальний контент подається окремими анімованими відеороликами. Тривалістю до 1 хвилини.

Один міф/бар'єр – 1 ролик

- Міф #1: Якщо створити ОСББ можна втратити субсидію
- Міф #2: ОСББ – квиток в один кінець
- Міф #3: ОСББ – про все і одразу
- Міф #4: ОСББ – це дорого + не створивши ОСББ уникаємо відповідальності
- Міф #5: За борги заберуть квартиру
- Міф #6: ОСББ – це дорого та складно

Окремий анімований ролик про сутність ОСББ як форми управління.

Окремий сценарний ролик про ОСББ для цільової аудиторії «молодь».

Всього: 7 анімованих роликів та 1 сценарний ролик.

- Навчальний контент складається з трьох серій роликів. В кожній серії до 10 відео тривалістю до 10 хвилин кожне. Максимальна кількість відео до 30.

Акцентуємо, що вважаємо практику залучення «зіркових» тренерів для зйомки навчального ролику цінною та високо оцінюємо можливість застосування даного підходу і до навчання співвласників ББ.

Важливою є адаптація образу «зіркового» спікера та потреб нашої цільової аудиторії. Проте в даному випадку однозначним є те, що це мають бути не тільки професійні тренери, але й **медійні особи**, які викликають бажання наслідувати їх поведінку та стиль життя і якщо він, пов'язаний з ОСББ, то це дасть хороший масовий ефект з точки зору популяризації даного Руху.

Тобто **цей інструмент має досягнути дві цілі – маркетингову** (зацікавити, «купити» нашу аудиторію) та **навчальну** (простою, доступною мовою пояснити проблемні питання та розвінчати міфи).

- Довідковий контент складається з інтегрованих на платформу можливостей для ОСББ у вигляді

- грантів;
- конкурсів;
- програм кредитування, які розміщені на інших численних майданчиках;
- довідників;
- підготовлених візуалізованих дизайнерських кейсів (в межах пропонованих активностей Групи # 2)
- відео-кейсів (в межах пропонованих активностей Групи # 1).

-3- Підтримуюча інформаційна кампанія. Вона орієнтована на анонсування, привернення уваги до усіх активностей проєкту в цілому і передбачає застосування наступних інструментів:

- Систематичний постинг у соціальних мережах (ОМС, ОСББ, АОСББ, ГО) – не менше 1 публікації на тиждень у кожному місті Проєкту. Стилістика постів визначена у першій складовій даної концепції.
- Оновлена інформація на сайтах ОМС (результат відповідних інструментів для Груп #2 та 3). На постійній основі.
- Аналітичні публікації у профільних друкованих та онлайн виданнях щодо проблематики розвитку ОСББ. Не менше 1 публікації на квартал.
- Виступи в ефірах регіональних телеканалів координаторів Проєкту. Не менше 1 виступу на квартал.
- Використання іміджевих ідентифікаторів Руху ОСББ у Донецькій та Луганській областях на усіх оффлайн заходах Проєкту (тренінги, дискусійні майданчики, зустрічі, Форум, активності на рівні будинку, активності на рівні громади тощо). Такими ідентифікаторами слугують наприклад, брендволи та інша брендвана продукція, зазначена у пункті 1 даного розділу.

-4- Оффлайн кампанія «Від ОСББ до креативного простору твого міста».

Цей компонент комунікативної концепції передбачає **осучаснення підходу до представлення та висвітлення ОСББ, яке подається не з точки зору того, що це форма управління, а з точки зору об'єднуючого потенціалу та можливості перетворень, які можуть виходити за межі комунальної проблематики.**

Пропонується поєднати урбаністику, арт-підхід до облаштування міського простору та промислово специфіку цільових громад Проєкту.

Кожен населений пункт в межах даної кампанії подається як унікальний урбаністичний арт-об'єкт, для якого визначається ключова відмінна риса. Це можуть бути мурали або креативно оформлені місця для відпочинку у спальному районі міста, графіті або облаштовані двори, ігрові вулиці або вулиці вільні від трафіку, партизанське садівництво, велоінфраструктура або ще багато інших ідей.

Над деталізацією та мистецьким наповненням даної ідеї працює робоча група, яка складається з представників ОМС кожної цільової громади, представники правлінь ОСББ, АОСББ, ГО, ГС, активісти населених пунктів, а також урбаністів та митців.

Підсумком є визначення тої «родзинки», яка буде використовуватись як елемент промо-кампанії ОСББ.

Інструменти:

- **Оффлайн зустрічі креативної групи проєкту з співвласниками ББ, представниками ОСББ за місцем їх проживання, тобто у дворах ББ.** Зустрічі передбачаються облаштування неформального простору для обговорення та детального пропрацювання креативних ідей, яким чином можна осучаснити та зробити свій простір більш привабливим, функціональним і комфортним. Такі обговорення супроводжуються візуалізацією пропозицій креативної групи, демонстрацією прикладів інших міст та країн, коли зміни у міському просторі впливали на динаміку різних соціальних проблем. Обов'язковим елементом даної складової кампанії є «живе» висвітлення усього робочого процесу через якісний фотосупровід, динамічні відео, передачу емоцій та неформальність обстановки, яка має стати візитною карткою компоненту.

Результатом є напрацьовані ідеї, які можуть ставати основою для міні-проектів або розвитку інших громадських ініціатив.

Пропонована кількість зустрічей – від 5 до 10 по 1 цільовій громаді протягом року.

- **Окремий сайт з описом мети, завдань та цінностей даної кампанії.** Формат лендінг пейдж з максимальною простотою, сучасністю та цінністю. Стиль єдиної онлайн-платформи та даного сайту мають бути ідентичними.
- **Окрема сторінка у соціальних мережах** – FB та Insta – для забезпечення максимального онлайн ефекту від кампанії.
- **Виступи в ефірах національних телеканалів** представників креативної групи, координаторів проекту. Не менше 1 виступу на квартал.
- **Запуск медійного спец-проекту** у партнерстві з національним онлайн виданням. Спец-проект передбачає вихід серії матеріалів, які будуть стосуватись ОСББ руху, проте подаватись через персональні історії співвласників ББ, через емоції та особисті зміни. Тобто мова йтиметься не про ремонт і будівлю, а про людей і їх долі.
- **Використання іміджевих ідентифікаторів Руху ОСББ** у Донецькій та Луганській областях на усіх оффлайн заходах Проекту (тренінги, дискусійні майданчики, зустрічі, Форум, активності на рівні будинку, активності на рівні громади тощо). Такими ідентифікаторами слугують наприклад, брендволи та інша брендвана продукція, зазначена у пункті 1 даного розділу.

Плейсменти:

- Соціальні мережі
- Сайти ОМС
- Національні телеканали (не реклама, а участь в ефірах ТОП-5 каналів)
- Національні Інтернет ЗМІ
- Персональний сайт

Таким чином, загальна комунікаційна кампанія спрямована на запуск інформаційної хвилі з контентом про ОСББ на декількох рівнях:

- Рівні цінностей;
- Рівні знань;
- Рівні дій.

Представлені у даному Плані заходи безперечним чином пов'язані між собою і реалізація усього пропонованого дозволить не тільки досягнути поставлену мету Проекту, але й запустити самовідтворювані процеси, які будуть продовжувати працювати і після завершення строків дії міжнародної допомоги.

Однак, в той же час, важливо наголосити, що це не означає, що відсутня можливість розкласти представлений план та комунікативну стратегію на окремі складові і реалізовувати лише частину з них. **Вкрай важливим є одночасний запуск активностей за усіма представленими стратегіями перетворення**, саме вони дають можливість досягнути системних змін. Іншими словами, сфокусувавшись тільки на навчанні ОСББ, але не змінивши ставлення ОМС до об'єднань, ми не зможемо просуватись у питаннях діалогу та ефективної комунікації. Приділяючи увагу активностям побутового спрямування на рівні будинку, ми не сформуємо розуміння важливості ситуативної індивідуальної (і колективної також) активності з соціальної проблематики на рівні громади. Тому, як і будь-який план, представлений підхід чутливий до можливих змін, але зі збереженням пропорційності заходів, які стосуються різних цільових груп процесу розвитку ОСББ як інструменту згуртування громади.

ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПЛАНУ ДІЙ

Зведений план дій у прив'язці до місяців реалізації активностей наведено окремим файлом у Додатку 1.

Реалізація запланованого дозволить:

- мобілізувати співвласників ББ на рівні будинків та здійснити перенесення практик активної участі на рівень міста;
- сформувані та укорінені навички адвокації своїх інтересів на рівні міста, області та держави в цілому;
- розкрити самоорганізаційний потенціал громад, підвищивши сталість впроваджуваних ініціатив;
- підвищити рівень громадської культури співвласників багатоквартирних будинків.

До зазначених змін ведуть виділені нами **9 стратегій перетворень**, в кожній з них пропонується застосовувати різні інструменти, **індикатори результативності яких виглядають наступним чином.**

Індикатори результативності Стратегія перетворень 1 «Комплексна інформаційно-комунікативна кампанія у медіа просторі»:

1. Запущено єдину інформаційну платформу про ОСББ, через яку реалізовується інформаційна, роз'яснювальна, навчальна та довідкова функції;
2. Запущено окремий сайт та соціальні медіа для комунікативного проєкту «Від ОСББ до креативного простору твого міста», що актуалізує новий погляд на місце свого проживання з точки зору урбаністики та арт-підходу до його конструювання;
3. Запущено щонайменше 1 спеціальний медіа-проєкт національного масштабу (національні медіа) з підтримки руху ОСББ;
4. Взято участь у щонайменше 4 ефірах національних компаній з середнім охоптом глядацької аудиторії одного ефіру на рівні 150 000 осіб;
5. Взято участь у щонайменше 4 ефірах регіональних компаній з середнім охоптом глядацької аудиторії одного ефіру на рівні 1500 осіб;
6. Підготовлено та випущено щонайменше 4 повноцінні публікації для регіональних медіа з середнім охоптом читацької аудиторії 5000 осіб;
7. Оновлено розділ ОСББ та 10 сайтах міських рад (група 2 та 3);
8. Створено розділ на сайті селищної ради Станиці Луганської (група 3);
9. Візуалізовано 31 кейс історій успіху ОСББ і розміщено їх на сайтах МР (група 2 та 3);
10. Записано та розміщено у медіа-просторі 10 відео-кейсів, які відображають успіх ОСББ у різних сферах (група 1);
11. Запущено телеграм канал з кількістю підписників 1500 осіб цільової групи на кінець року;
12. Запущено чат-бот з кількістю запитів на місяць 400 (на кінець року);
13. Реалізовано кампанію з актуалізації ключових цінностей для стимулювання активності населення (соціальні-відео, соціальні постери);
14. Забезпечено систематичне висвітлення активностей Проєкту в оффлайн та онлайн медіа;
15. Реалізовано кампанію з популяризації єдиної платформи ОСББ;

16. Реалізовано кампанію з популяризації змін простору свого проживання («Від ОСББ до креативного простору твого міста»).

Все це дозволило:

- Актуалізувати ключові цінності «відповідальності», «свободи», «небайдужості», «активності» та «ініціативності» та закріпити практики їх систематичного прояву;
- Підвищити загальний рівень предметної інформованості про специфіку ОСББ як форму управління;
- Розширити ядро лояльної категорії співвласників багатоквартирних будинків у 15 цільових громадах Проєкту до ОСББ як ефективної форми управління;
- Розвінчати ключові міфи щодо існування ОСББ, а також знизити негативний вплив бар'єрів у сприйнятті ОСББ на бажання об'єднуватись;
- Підвищити рівень значущості малих змін та усвідомлення своєї ролі у них співвласниками ББ, об'єднаних в ОСББ;
- Актуалізувати Рух ОСББ у Донецькій та Луганській областях;
- Стимулювати активність співвласників ББ на рівні будинку та вивести її за межі свого місця проживання;
- Підвищити рівень усвідомлення співвласниками ББ своїх можливостей у відстоюванні власних прав та веденні ефективної комунікації з представниками органів влади та іншими зацікавленими сторонами.

Індикатори результативності Стратегія перетворень 2 «Різнорівнева навчальна кампанія для співвласників багатоквартирних будинків / представників правлінь ОСББ»:

1. Проведено 4 тренінги зі згуртування голів ОСББ, а також співвласників ОСББ (м. Дружківка), результатом яких стали 5 реалізованих ініціативи, що виходять за межі одного ОСББ;
2. Підвищено рівень компетентності сумарно 220 представників правління ОСББ (з 66 ОСББ) у містах групи 1 (396 годин навчання сумарно по 4 містам групи 1);
3. Проведено навчання для 144 представників правлінь ОСББ (з 50 ОСББ) у містах групи 2 (324 години навчання сумарно по 9 містам групи 2);
4. Подано не менше 9 заявок на участь у конкурсах міні-проєктів (група 1);
5. Подання не менше 9 заявок на участь у конкурсах міні-проєктів (група 2);
6. Впроваджено щонайменше 9 практик диверсифікації залучених коштів ОСББ в межах кожного міста групи 2;
7. Збільшено щонайменше на 10% показники залучення співвласників багатоквартирних будинків до реалізації проєктів ОСББ (група 1);
8. Підвищено задоволеність роботою правління ОСББ не менше ніж на 10% (окремо по кожному ББ, представники яких пройшли тренінг) (група 2);
9. Зменшено чисельності конфліктних ситуацій між правлінням ОСББ та співвласниками ББ (група 2).

Все це дозволило:

- Підвищити рівень компетентності представників правлінь ОСББ (три рівні навчання);
- Підвищити рівень відкритості та ефективності комунікації між правлінням та співвласниками ОСББ;
- Підвищити рівень ефективності колективних дій на рівні будинку, об'єднаного в ОСББ.

Індикатори результативності Стратегія перетворень 3 «Різнорівнева навчальна кампанія для представників ОМС»:

1. Проведено базове навчання з питань створення та розвитку ОСББ для 13 представників ОМС населених пунктів групи 3, результатом чого стала розробка програм розвитку ОСББ у своїх містах;

2. Проведено 9 хакатонів, результатами яких стали розроблені програми розвитку ОМС (група 2);
3. Підвищено рівень компетентності 18 фахівців з профільних підрозділів ОМС (група 2);
4. Покращена взаємодія представників ОМС з головами правління ОСББ, що проявляється у проведенні 9 спільних заходів протягом 3 місяців після завершення тренінгу у 9 містах групи 2;
5. Впроваджена практика підтримки ініціативних груп, що проявляється у проведенні 9 заходів для/з ініціативними групами у 9 містах групи 1;
6. Проведено 4 зустрічі-діалоги за участю представників ОСББ, ОМС та управителів (керуючих компаній) із загальним залученням до 40 зацікавлених осіб зазначених цільових груп.

Все це дозволило:

- Підвищити рівень компетентності представників профільних підрозділів ОМС;
- Сформувати усвідомлення вигід від стимулювання руху ОСББ у населеному пункті;
- Актуалізувати зацікавленість у спільних діях з представниками руху ОСББ;
- Підвищений рівень готовності до діалогу з ОСББ, АОСББ, ГО, ГС;
- Змінити сприйняття один одного сторонами діалогу ОМС – ОСББ – управителі.

Індикатори результативності Стратегія перетворень 4 «Консультативна та менторська підтримка експертів ініціативних груп та створених ОСББ»:

1. Надана консультаційна підтримка 6 ініціативним групам (загальна чисельність 24 особи) у форматі 4 оффлайн-зустрічей (48 годин) та онлайн-консультацій (240 годин), результатом чого став запуск процесу створення ОСББ двома ініціативними групами (група 3);
2. Створено 2 пілотних ОСББ із наданням повного менторського супроводу (група 3);
3. Запроваджено механізм дистанційного консультування;
4. Надані відповіді протягом року на близько 1000 запитань від ОСББ та ініціативних груп;
5. Підготовлені 14 менторів для супроводу ОСББ у цільових громадах (100 годин онлайн навчання, 240 годин онлайн-консультування менторів);
6. Впроваджена системна підтримка ОСББ у містах групи 3 та 2;
7. Забезпечений супровід 14 ініціативних груп/ОСББ менторами (підготовленими в межах даного Проєкту) по цільовим громадам.

Все це дозволило:

- Підвищити рівень активності щодо створення ОСББ (поява ініціативних груп, створення ОСББ) серед міст групи 3 та 2;
- Зменшити кількість звернень у профільні інституції (ГО, ГС, АОСББ, ОМС) для вирішення типових запитань функціонування ОСББ через запровадження онлайн консультаційної підтримки;
- Закласти основу для формування регіональної спільноти менторів ОСББ, що дає змогу «розвантажити» ОМС від вирішення дрібних типових питань;
- Впровадити механізм міжмуніципальної підтримки руху ОСББ;
- Створити умови для синергії дій різних суб'єктів, дотичних до розвитку ОСББ в цільових громадах;
- Підвищена сталість розвитку руху ОСББ.

Індикатори результативності Стратегія перетворень 5 «Стимулювання створення громадських об'єднань (ГО, ГС), АОСББ»:

1. Зареєстрована мінімум 1 ГО, ГС, АОСББ протягом року в 1 з чотирьох НП (група 2);
2. Проведено принаймні 1 спільний захід протягом 6 місяців після онлайн-сесії з обміну досвідом.

Все це дозволило:

- Сформуванню розуміння того, що дає створення і функціонування ГО, ГС, АОСББ;
- Здійснити обмін досвідом адвокації інтересів ОСББ на рівні населених пунктів Проекту.

Індикатори результативності Стратегія перетворень 6 «Кампанія з обміну досвідом між ОСББ»:

1. Здійснено 7 стаді-турів у населені пункти інших регіонів України (група 2);
2. Реалізовано 7 практик розвитку ОСББ після повернення зі стаді-туру (група 2);
3. Створено 4 ОСББ у режимі реального часу (група 1).

Все це дозволило:

- Підвищити рівень предметної обізнаності мешканців цільових громад про ОСББ як про форму управління будинком (через наочний приклад);
- Підвищити рівень лояльності до ОСББ за рахунок розвінчання існуючих міфів (через наочний приклад);
- Стимулювати обмін ефективними практиками між ОСББ з різних регіонів України;
- Підвищити цінність своїх здобутків на рівні ОСББ.

Індикатори результативності Стратегія перетворень 7 «Кампанія з мобілізації співвласників багатоквартирних будинків з урахуванням особливостей різних вікових груп»:

1. Проведено 4 комунікативних тренінги, результатом яких стало підвищення рівня активності на рівні ББ, в яких проживають учасники тренінгу (група 3);
2. Реалізовано 16 ініціатив з благоустрою (2 міста групи 3) із загальною мобілізацією 144 співвласники ББ;
3. Реалізовано 18 ініціатив з благоустрою (3 міста групи 2) із загальною мобілізацією 144 співвласники ББ;
4. Реалізовано 5 проєктів ОСББ на рівні окремих будинків (група 2);
5. Реалізовано 4 проєкти, які виходять за межі конкретного будинку і стосуються змін на рівні міста (група 1);
6. Реалізовано 4 хвили активностей з соціальної проблематики по 36 ОСББ з залученням до 50% співвласників ББ протягом року (група 2);
7. Реалізовано 2 хвили флешмобів по 105 ОСББ з середнім рівнем залучення співвласників будинків на рівні 30% (група 1);
8. Реалізовано 4 хвили флешмобів по 36 ОСББ з залученням до 50% співвласників ББ протягом року (група 2);
9. Виявлено 2 ініціативні групи для створення ОСББ (3 міста групи 2);
10. Виявлено 3 ініціативні групи для створення ОСББ (2 міста групи 3);
11. Підготовлено 40 молодих осіб у віці 18 – 25 років зі сформованими навичками застосування підходу дизайн-мислення до вирішення нагальних проблем;
12. Реалізовані 10 ініціатив на рівні ОСББ молоддю, яка пройшла навчання в межах даного Проекту (ініціативи стосуються форм громадської участі, спільних дій) (група 1).

Все це дозволило:

- Сформувати / закріпити відчуття співпричетності малими діями до важливих результатів;
- Вести активність з рівня будинку на рівень громади;

| Остаточний детальний план щодо залучення мешканців ББ до процесу громадської участі

- Розширити перелік можливих форм активностей та забезпечити систематичне їх відтворення;
- Підвищити рівень активності серед різних вікових та гендерних груп;
- Закласти основи для зміни поколінь управлінців на рівні будинку (група 1).

Індикатори результативності Стратегія перетворень 8 «Кампанія з налагодження діалогу між представниками руху ОСББ та ОМС»

1. Проведено 32 діалоги (по 4 у 8 містах групи 2) між представниками руху ОСББ та ОМС та запроваджено інструмент ефективної комунікації між цими цільовими групами на рівні населених пунктів;
2. Залучено в середньому 10 осіб з цільових груп до кожного проведеного діалогу;
3. Актуалізовано та вирішено мінімум 8 проблемних питань щодо розвитку ОСББ на рівні муніципалітету.

Все це дозволило:

- Запровадити ефективний механізм комунікації представників руху ОСББ та ОМС.

Індикатори результативності Стратегія перетворень 9 «Лобіювання змін до законодавства, відстоювання інтересів співвласників багатоквартирних будинків»:

1. Прийнята резолюція Регіонального Форуму ОСББ;
2. Здійснено обмін досвідом між 150 учасниками Регіонального Форуму ОСББ;
3. Створена Регіональна рада з питань ОСББ на рівні Донецької області;
4. Реалізовані 3 спільні проекти учасниками Регіонального Форуму ОСББ, спрямовані на відстоювання інтересів руху ОСББ.

Все це дозволило:

- Посилити позиції руху ОСББ у Донецькій та Луганській областях в межах України в цілому;
- Розкрити та продемонструвати потенціал ОСББ як інструменту згуртування громади та активізації населення;
- Вивести проблемні питання функціонування та розвитку ОСББ на рівень області та держави в цілому (лобіювання інтересів через інститути регіональних рад, асоціацій).