



ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ЗВІТ

за результатами аудиту цифрової спроможності

БО БФ «ДОБРО НА АМУРІ»

Дніпро, Дніпропетровська область

Липень 2026 року

Підготовлено в межах реалізації проекту

«Оператори соціальних змін»

спільної ініціативи «Лабораторія стійкості 2.0»



1. Загальна інформація

Показник	Інформація
Організація	БО БФ «Добро на Амурі»
Населений пункт	Дніпро
Область	Дніпропетровська
Контактна особа	Не надано
Посада	Не надано
Телефон	+38 (099) 555-85-46 (з офіційного вебсайту)
Електронна пошта	Не надано
Дата аудиту	28.07.2026

2. Мета та методологія аудиту

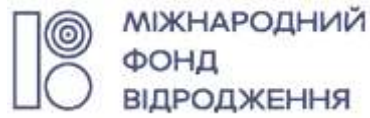
Метою аудиту є оцінка рівня цифрової спроможності організації, визначення сильних сторін, зон розвитку та підготовка практичних рекомендацій щодо розвитку комунікацій.

3. Загальна характеристика цифрової спроможності

БО БФ «Добро на Амурі» має сформовану багатоканальну цифрову присутність: офіційні сторінки у Facebook та Instagram і власний багатосторінковий вебсайт. Сайт виконує роль центрального інформаційного ресурсу та містить опис діяльності шелтера, історію створення центру, інформацію про команду, новини, відеоісторії, матеріали про гуманітарну допомогу, партнерів, контакти, способи підтримки та окремий розділ звітності. Наявність української та англійської мовних версій посилює потенціал для міжнародної комунікації. Водночас цифрова екосистема потребує редакторського й технічного оновлення, регулярної актуалізації кількісних даних, чіткішого розподілу функцій між сайтом і соціальними мережами, системної аналітики та уніфікації бренду й контактної інформації на всіх майданчиках.

4. Аналіз цифрової присутності

Ресурс	Статус	Коментар
Instagram	Наявний	Офіційний візуальний канал фонду
Facebook	Наявний	Офіційний канал для новин і взаємодії з аудиторією
Telegram	Не надано	Доцільність створення залежить від потреби в оперативному інформуванні
Вебсайт	Наявний	Центральний ресурс із новинами, історіями, контактами, донатами та звітністю
Інші ресурси	Не надано	YouTube або інші канали окремо не підтверджені



5. Сильні сторони

- Наявність власного багатосторінкового вебсайту з логічною структурою: опис діяльності, історія шелтера, новини, команда, історії мешканців, відеоматеріали, контакти, партнери, можливості допомоги та окремий розділ звітності.
- Багатоканальна присутність у Facebook, Instagram і на власному вебресурсі, що дає змогу поєднувати оперативні новини, візуальні історії, довші інформаційні матеріали, партнерські комунікації та залучення благодійної підтримки.
- Сильний змістовий потенціал: організація має виразну історію створення, конкретну місію, реальні історії людей, відеосвідчення, інформацію про команду й партнерів, а також зрозумілий заклик долучатися до підтримки шелтера.

6. Зони розвитку

- Частина базової інформації на вебсайті потребує актуалізації. Дані про кількість мешканців, дітей, доступні місця, масштаби допомоги та поточні потреби мають містити дату оновлення, щоб відвідувачі чітко розуміли, наскільки інформація є актуальною.
- Вебсайт потребує редакторської вичитки та уніфікації термінології. У текстах трапляються мовні й технічні неточності; доцільно послідовно використовувати коректні визначення «внутрішньо переміщені особи», «мешканці прихистку», «люди з інвалідністю» та єдине написання назви організації.
- Розділ звітності має бути змістовно структурований і регулярно оновлюватися: із зазначенням періоду, основних кількісних результатів, напрямів витрат, партнерської підтримки та посилань на завантажувані документи або короткі візуальні звіти.
- Необхідно синхронізувати сайт, Facebook та Instagram, запровадити єдиний контент-план, регулярну аналітику, розподіл адміністраторських доступів, резервне копіювання матеріалів і правила безпечної та етичної публікації історій і фотографій мешканців шелтера.

7. Детальні рекомендації

Високий пріоритет (1–2 місяці)

- Провести повний редакторський і технічний аудит вебсайту: вичитати українську та англійську версії, виправити мовні й технічні помилки, перевірити всі посилання, форми, банківські реквізити, кнопки переходу до соціальних мереж, відтворення відео та коректність відображення сторінок на смартфонах.
- Оновити головну сторінку й ключові інформаційні розділи: зазначити дату актуальності даних, поточну кількість мешканців, основні потреби шелтера, доступні види допомоги, результати роботи за 2025–2026 роки та короткий маршрут для трьох аудиторій — «потрібна допомога», «хочу підтримати», «хочу стати партнером або волонтером».
- Уніфікувати цифрове представлення фонду: однакові офіційна назва, логотип, короткий опис місії, адреса, телефон, посилання на сайт і способи підтримки у Facebook, Instagram та на вебсайті. Окремо визначити відповідальну особу за координацію цифрових комунікацій.

Середній пріоритет (3–6 місяців)

- Розробити спільний контент-план для сайту, Facebook та Instagram. Сайт використовувати для офіційної й повної інформації, документів і звітності; Facebook — для розгорнутих новин, партнерських повідомлень і



залучення підтримки; Instagram — для візуальних історій, Reels, коротких відео, анонсів і повсякденного життя шелтера.

- Підготувати постійні рубрики: «Потреби шелтера», «Звіт про отриману допомогу», «Історії людей», «Команда і волонтери», «Дякуємо партнерам», «Життя дітей у прихистку», «Ремонт і відновлення», «Як допомогти». Для кожної рубрики визначити формат, періодичність і відповідального.
- Налаштувати систему вимірювання результатів: Google Analytics 4 і Search Console для сайту, Meta Business Suite для Facebook та Instagram, щомісячний облік переходів на сторінку допомоги, звернень, пожертв, партнерських запитів, охоплення публікацій і переглядів відео.

Довгостроковий розвиток

- Оновити розділ звітності та створити зрозумілу систему прозорості: річні й квартальні підсумки, кількість людей, які отримали підтримку, обсяг гуманітарної допомоги, реалізовані ремонти й заходи, партнерства, використання благодійних внесків і короткі візуальні звіти для соціальних мереж.
- Запровадити правила цифрової безпеки та захисту персональних даних: двофакторну автентифікацію, резервних адміністраторів, менеджер паролів, регулярне резервне копіювання сайту й медіаархіву, письмові згоди на публікацію історій і фото, особливо щодо дітей та вразливих мешканців.
- Інтегрувати профіль фонду до спільної цифрової платформи проекту, забезпечити регулярне оновлення інформації про послуги, місткість, потреби, контакти та результати діяльності, а також використовувати узгоджену систему показників для щоквартального моніторингу цифрової спроможності.

8. Можливості розвитку в межах проекту

У межах проекту БО БФ «Добро на Амурі» може отримати консультаційну підтримку з редакторського і технічного оновлення вебсайту, уніфікації цифрового бренду, створення контент-плану для Facebook та Instagram, підготовки візуальних шаблонів і системи регулярної звітності. Організація також може отримати методичну допомогу з вебаналітики, SEO, цифрової безпеки, етичної роботи з історіями мешканців, створення медіаархіву та інтеграції до спільної цифрової платформи операторів соціальних змін.

9. Індивідуальний план розвитку

Захід	Термін	Пріоритет	Статус
Провести редакторський і технічний аудит вебсайту	1 міс.	Високий	☐
Оновити ключові дані, потреби й контактну інформацію	1 міс.	Високий	☐
Уніфікувати сайт, Facebook та Instagram і запустити контент-план	1–2 міс.	Високий	☐
Оновити звітність, аналітику й правила цифрової безпеки	2–3 міс.	Високий	☐



10. Висновок експерта

БО БФ «Добро на Амурі» має сильну основу цифрової спроможності завдяки власному вебсайту, присутності у Facebook та Instagram, змістовій історії організації, великому масиву фото- й відеоматеріалів, інформації про команду, партнерів, потреби та способи підтримки. Основний резерв розвитку полягає не у створенні нових каналів, а в професіоналізації вже наявної екосистеми: регулярному оновленні фактів і показників, редакторській якості, структурованій звітності, синхронізації каналів, аналітиці та цифровій безпеці. Реалізація рекомендацій допоможе фонду посилити довіру донорів і партнерів, ефективніше залучати допомогу та чіткіше демонструвати суспільний вплив роботи шелтера.