



ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ЗВІТ

за результатами аудиту цифрової спроможності

ГО «МИЛОСЕРДЯ НОВОМОСКОВСЬК»

Самар, Новоскотувате та Підгородне,

Дніпропетровська область

Липень 2026 року

Підготовлено в межах реалізації проєкту

«Оператори соціальних змін»

спільної ініціативи «Лабораторія стійкості 2.0»



1. Загальна інформація

Показник	Інформація
Організація	ГО «Милосердя Новомосковськ»
Населені пункти	Самар, Новоскотувате, Підгородне
Область	Дніпропетровська
Контактна особа	Горшкова Наталя Сергіївна
Посада / роль	Представляє інтереси організації у Спільці
Телефон	+38 (095) 900-14-55
Електронна пошта	miloserdienovomoskovsk@gmail.com
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

ГО «Милосердя Новомосковськ» представлена у Facebook та Instagram, що формує базову цифрову присутність і дає можливість інформувати аудиторію про діяльність організації. Особливістю є робота одразу в кількох населених пунктах — Самарі, Новоскотуватому та Підгородному. Це розширює потенційну аудиторію, але водночас потребує чіткого й послідовного пояснення географії роботи, контактів і актуальної інформації для кожної території. Надані сторінки можуть стати основою для системної комунікації, однак для подальшого розвитку доцільно уніфікувати їх оформлення, визначити постійну відповідальну особу за цифрові комунікації, запровадити контент-план, розвивати відеоформати та створити єдину вебвізитку з повною інформацією про організацію.

4. Аналіз цифрової присутності

Ресурс	Статус	Коментар
Instagram	Наявний	Надано посилання на сторінку організації
Facebook	Наявний	Надано посилання на сторінку організації
Telegram	Не надано	Створювати за наявності потреби в оперативному інформуванні
Вебсайт	Відсутній	Рекомендовано створити єдину вебвізитку

5. Сильні сторони

- Наявність сторінок у Facebook та Instagram, які дають змогу поєднувати розгорнуті інформаційні матеріали з візуальними форматами, короткими відео та оперативними оновленнями.
- Представництво організації у кількох населених пунктах Дніпропетровської області, що створює потенціал для ширшого охоплення аудиторії та висвітлення локальних ініціатив.



- Наявність визначеної контактної особи, яка представляє інтереси організації у Спільці та може забезпечувати координацію інформації, партнерських запитів і взаємодії з мережею.

6. Зони розвитку

- Відсутність власного вебсайту або єдиної вебвізитки, де партнери, донори та мешканці різних населених пунктів могли б знайти повний опис організації, напрями діяльності, актуальні контакти, документи та посилання на всі офіційні ресурси.
- Потреба у чіткому позиціонуванні географії роботи. На сторінках варто зрозуміло пояснити, які активності, контакти або можливості стосуються Самара, Новоскотуватого та Підгородного, щоб аудиторія швидко знаходила релевантну інформацію.
- Відсутність окремо визначеної комунікаційної ролі. Представництво інтересів у Спільці є важливою функцією, однак для регулярного ведення Facebook та Instagram доцільно призначити відповідальну особу й резервного адміністратора з чітким переліком завдань.
- Необхідність системного контент-планування, регулярного аналізу статистики та створення цифрового архіву фото, відео, текстів і підтверджень результатів для комунікації, партнерської роботи та звітності.

7. Детальні рекомендації

Високий пріоритет (1–2 місяці)

- Провести технічний і змістовий аудит Facebook та Instagram: перевірити актуальність назв, описів, контактів, посилань, прав адміністраторів, фото профілю й обкладинок, закріплених публікацій та зручність пошуку ключової інформації про організацію.
- Уніфікувати позиціонування на обох платформах: використовувати однакову офіційну назву, логотип, короткий опис місії, контакти та зрозуміле пояснення географії роботи. Для матеріалів із різних населених пунктів запровадити єдині позначки або рубрики.
- Призначити відповідальну особу за цифрові комунікації та резервного адміністратора, визначити порядок погодження матеріалів і розробити місячний контент-план із рубриками: новини, анонси, результати, історії людей, партнерства, корисна інформація та фотозвіти.

Середній пріоритет (3–6 місяців)

- Розподілити функції каналів: у Facebook розміщувати розгорнуті новини, партнерські та звітні матеріали; в Instagram — візуальні історії, Reels, серії сторіз, короткі анонси та оперативні оновлення з чітким зазначенням населеного пункту.
- Підготувати базовий комплект шаблонів для дописів, афіш, анонсів, подяк партнерам, результатів ініціатив та історій учасників. Окремо передбачити шаблони або позначки для матеріалів із Самара, Новоскотуватого та Підгородного.
- Запровадити регулярну роботу з відеоконтентом і щомісячною аналітикою: короткі звернення, інтерв'ю, фрагменти заходів, відгуки учасників, а також аналіз охоплення, взаємодій, переглядів і приросту аудиторії.

Довгостроковий розвиток

- Створити офіційну вебвізитку або невеликий сайт із інформацією про місію, напрями діяльності, території роботи, команду, реалізовані ініціативи, партнерів, контакти, документи та посилання на Facebook і Instagram.



- Інтегрувати профіль ГО до спільної цифрової платформи проекту та забезпечити регулярне оновлення інформації про діяльність, послуги, події й можливості для аудиторії в кожному із населених пунктів.
- Сформувати структурований цифровий архів із окремими папками за роками, проектами та населеними пунктами для фото, відео, текстів, логотипів, публікацій, партнерських згадок і підтверджень результатів.

8. Можливості розвитку в межах проекту

У межах проекту ГО «Милосердя Новомосковськ» може отримати консультації щодо розвитку Facebook та Instagram, допомогу в уніфікації позиціонування й оформлення сторінок, визначенні комунікаційної ролі, розробленні контент-плану, рубрикатора та візуальних шаблонів. Організація також може отримати методичну підтримку зі створення вебвізитки, побудови системи аналітики й цифрового архіву, інтегруватися до спільної платформи операторів соціальних змін, долучитися до навчання і обміну кращими практиками з іншими організаціями мережі.

9. Індивідуальний план розвитку

Захід	Термін	Пріоритет	Статус
Провести аудит Facebook та Instagram	1 міс.	Високий	☐
Уніфікувати позиціонування й географію роботи	1 міс.	Високий	☐
Призначити відповідального та розробити контент-план	1–2 міс.	Високий	☐
Створити вебвізитку	До завершення	Середній	☐

10. Висновок експерта

ГО «Милосердя Новомосковськ» має базову цифрову присутність завдяки сторінкам у Facebook та Instagram і потенціал для розвитку комунікацій одразу в кількох громадах. Основним пріоритетом має стати перехід до цілісної системи: чіткого позиціонування географії роботи, єдиного оформлення каналів, визначеної відповідальності за комунікації, регулярного контент-планування та фіксації результатів. Реалізація запропонованих кроків допоможе підвищити впізнаваність організації, зробити інформацію доступнішою для мешканців Самара, Новоскотуватого й Підгородного та зміцнити довіру партнерів, донорів і учасників мережі.