© Фонд «Институт развития городов Республики Татарстан», 2022

Руководство по работе с управляющими организациями

Институт развития городов РТ

НАШ ДВОР
Программа Президента Татарстана

Содержание

Введение 2

Управляющая организация 4
- Что такое УО
- Текущее состояние УО
- Деятельность УО в рамках Программы
- Новое позиционирование УО
- 11 правил коммуникации УО

Жители 22
- Портретные характеристики жителей
- Рекомендации по началу коммуникации
- Модели поведения при конфликтах
- Как выстраивать коммуникацию с жителями во время проведения ремонтных работ
- Взаимодействие с жителями к завершению ремонтных работ
- Взаимодействие с жителями после реализации Программы

Правила содержания оборудования и покрытий детских игровых площадок 64

Введение

Необходимо обеспечить «кардинальное повышение комфортности городской среды, повышение индекса качества городской среды <...>, создание механизма прямого участия граждан в формировании комфортной городской среды, увеличение доли граждан, принимающих участие в решении вопросов развития городской среды».

(с) Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 2041

«Наш двор» — это программа, которая направлена на реализацию Указа в сфере трансформации придомовой территории и вовлечения жителей в разработку будущих изменений.

Основная роль в формировании нового отношения к двору принадлежит управляющей организации, поскольку очевидно, что УО – это история не просто про счета за коммунальные услуги или ремонт в подъезде. УО – это всегда представление интересов жителей, которые доверили УО управление своим имуществом, а двор — это именно общее, коллективное имущество его жителей.

И конечно, одной из наших целей сегодня является именно развитие партнерских отношений среди жителей и управляющих организаций. Сплочение жителей в единое собщество – первый шаг на пути к партнерству.

Двор – это коллективное имущество жителей, которое они доверяют управляющим организациям. Поэтому главной целью Программы сегодня можно назвать развитие партнерских отношений между жителями и УО.

Руководство по работе
с управляющими организациями

Управляющие организации — главные исполнители Программы как на этапе первичной реализации, так и на дальнейших этапах поддержки новой инфраструктуры. Именно они способны провести изменения локально, исходя из потребностей и проблем конкретной территории. Например, УО организуют встречи с жителями, в ходе которых происходит сбор информации для дальнейшей разработки и эффективной реализации Программы. Для этого управляющим организациям необходимо выстроить продуктивную работу с жителями.

На данный момент основная проблема в реализации Программы — это отсутствие лояльности со стороны УО. Реновацию придомовых территорий они воспринимают как дополнительную внеплановую нагрузку. Поэтому связующим звеном между жителями и УО становятся представители Программы. Они модерируют процесс коммуникации и объясняют выгоды для обеих сторон.

Задачи Программы:

- *Повысить уровень вовлеченности Управляющих организаций (УК, ТСЖ, ЖЭУ, ЖСК) в коммуникацию с жителями*
- *Сформировать для жителей позитивный образ УО как партнера*
- *Распространить информацию о порядке взаимодействия с органами местного самоуправления по вопросам эксплуатации придомовой территории*
- *Повысить продуктивность взаимодействия УО с подрядчиками.*

Руководство по работе
с управляющими организациями

Что такое управляющая организация

Управляющая организация — организация, которая обслуживает многоквартирные дома.

Способы управления многоквартирным домом:

- непосредственное управление,
- управляющая компания (УК),
- товарищество собственников жилья (ТСЖ, ЖСК и ТСН).

У каждого из них есть свои особенности:

Непосредственное управление — это управление многоквартирным домом жителями без регистрации организации (как в случае с ТСЖ).

Все договоры оказания услуг по содержанию, выполнению ремонтных работ с подрядчиками собственники помещений МКД заключают на основании решений общего собрания: договор может заключить каждый собственник по отдельности или один собственник, который будет действовать от имени всех жителей МКД.

Управляющая компания (УК) — это компания, которая управляет многоквартирным домом за вознаграждение. Чтобы получить такие полномочия, УК должна заключить договор с собственниками на срок от трех месяцев до пяти лет.

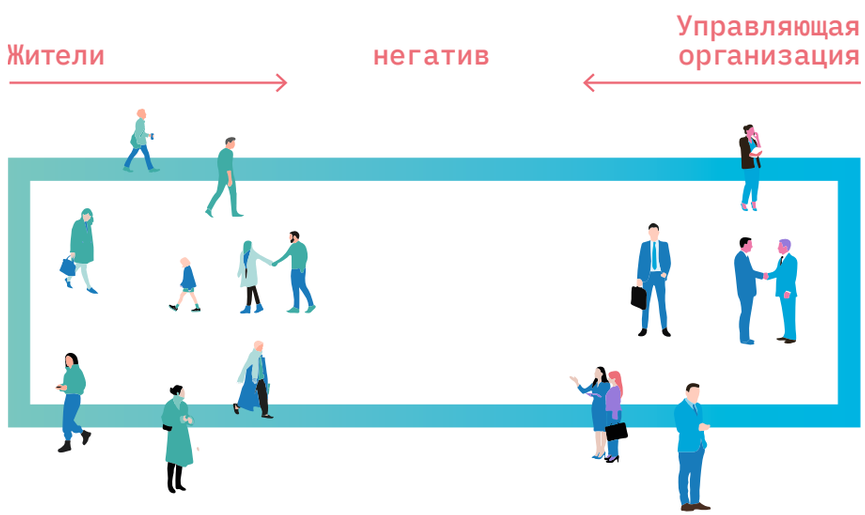
Задачи управляющей компании:

- выступать посредником между жильцами и поставщиками коммунальных услуг (или оказывать эти услуги самостоятельно);
- отвечать за техническое состояние дома и придомовой территории;
- организовывать ремонтные работы в соответствии с требованиями технического регламента.

ТСЖ — это некоммерческая организация инициативных собственников МКД, которые с разрешения остальных управляют общим имуществом. На общем собрании собственников прописывается устав, избираются члены правления (на период не более двух лет) и контролирующая ревизионная комиссия. Задача ТСЖ – содержать, сохранять, приумножать общее имущество и обеспечивать жильцам поставку коммунальных ресурсов. Собственной материально-технической базы ТСЖ не имеет, поэтому заключает договоры с подрядными организациями, которые обслуживают дом.

Текущее состояние УО

На данный момент коммуникация УО и жителей основана на негативе: жители не могут оценить объём работы УО, а управляющие организации недовольны задолженностями оплаты услуг жителями и не видят прикладной потребности запросов жителей.



При этом жители — главный ресурс Программы, для успешной реализации которой необходимо выстроить продуктивную работу между ними и управляющими организациями. А для позитивной коммуникации необходимо новое позиционирование УО.

До Программы позиция управляющих организаций выглядит так:

1. УО минимизируют взаимосвязь с жителями.
2. УО не хотят взаимодействовать с Программой.
3. УО не организуют территории для досуга жителей.
4. УО ответственны за некачественное оборудование на придомовых территориях.
5. УО не реагируют на частые запросы жителей.
6. УО принимают решения только согласно своему опыту.
7. УО воспринимают рекомендации сторонних организаций как неэффективный дополнительный блок работ.

В таких условиях Программа воспринимается Управляющими организациями негативно, поэтому первым делом важно сделать их своими союзниками и показать положительные эффекты, которые в дальнейшем повлияют на лояльность к ним жителей.

Управляющие организации могут:

- **Выстроить собственную положительную репутацию**
  Согласно опыту Республики Татарстан.

- **Обучить жителей грамотному использованию общественного пространства**
  Это продлит срок эксплуатации нового оборудования и сократит уровень вандализма.

- **Повысить качество жизни людей**
  Благоустроенный двор привлекает новую качественную аудиторию, склоняет ее к покупке квартир на данной территории.

- **Вызвать позитивную психологическую цепную реакцию**
  Благоустроенный ухоженный двор вызывает желание поддержания/создания чистоты в подъезде, а далее и в квартире.
  .

- **Заложить фундамент для дальнейшего взаимодействия**
  Налаженная коммуникация с жителями позволит выстроить наиболее продуктивное взаимодействие в будущем.

Взаимодействие, основанное на эмоциональном негативе жителей, и отсутствие проработки этих запросов управляющей организацией переходит в конструктивные предложения от жителей и разработку плана по решению этих проблем УО. Новый формат коммуникации позволит не просто периодически проводить опрос жителей о необходимых изменениях, но и приведёт к формату H2H (Human 2 Human - человек для человека), когда актив двора знает представителей УО и может напрямую обращаться к ним с инициативами и предложениями по благоустройству.

Руководство по работе
с управляющими организациями

Деятельность Управляющих организаций в рамках Программы

1. **Подготовка к собранию собственников сметы расходов** на виды работ сверх Программы, обоснование расчета и предоставление иных документов, которые могут повлиять на принятие решений жителями.

2. **Подготовка дворовой территории к благоустройству**
- принятие решения по демонтажу незаконных строений;
- демонтаж старого оборудования;
- вырубка/посадка, а также омолаживающая обрезка зеленых насаждений;
- ремонт отмостки, кровли, водосточных труб, входных групп и пр.

3. **Коммуникация с жителями**
- формирование актива двора;
- сбор информации и мнений жителей (через опросные листы);
- систематизация собранной информации;
- информирование жителей о предстоящих собраниях или проведении работ;
- обсуждение с жителями дополнительных видов работ, не входящих в Программу (озеленение, установка ограждений/шлагбаумов, закупка и установка дополнительных МАФ);
- организация собрания с жителями (формирование повестки, согласование даты и времени, подготовка помещения и оснащение необходимыми материалами);
- организация подписания Протокола общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме;
- разрешение вопросов жителей, возникающих в процессе благоустройства;
- организация подписания актов приема-передачи объектов благоустройства;
- качественное обслуживание благоустроенной территории.

4. **Правильное обслуживание территории после благоустройства**
Управляющие организации обеспечивают контроль за техническим состоянием спортивного и детского оборудования. Следят за соответствием требованиям безопасности, осуществляют техническое обслуживание. Вовремя выявляют дефекты и оперативно передают информацию подрядчикам для исправления. Организовывают вывоз снега и уборку прилегающей территории. Устанавливают сроки выполнения работ, входящих в компетенции УО и осуществляют ремонт в пределах гарантийного срока.

Руководство по работе
с управляющими организациями

5. Контроль технического состояния оборудования

Название осмотра	Описание	Периодичность осмотра	Обратить внимание
Регулярный визуальный осмотр	Позволяет выявить очевидные опасные дефекты, которые появились из-за вандализма, неправильной эксплуатации или воздействия климата.	Периодичность осмотра устанавливает владелец на основе учета условий эксплуатации.	Оборудование детских игровых площадок подвергается интенсивному использованию, поэтому требует ежедневного визуального осмотра.
Функциональный осмотр	Детальная проверка необходима для оценки рабочего состояния, степени изношенности, прочности и устойчивости оборудования.	Один раз в 1–3 месяца в соответствии с инструкцией изготовителя.	Особое внимание уделяют скрытым, труднодоступным элементам оборудования.
Ежегодный основной осмотр	Это проверка, которая проводится, чтобы оценить соответствие технического состояния оборудования требованиям безопасности. В ходе ежегодного основного осмотра определяют: - наличие гниения деревянных элементов; - наличие коррозии металлических элементов; - влияние выполненных ремонтных работ на безопасность оборудования.	Один раз в 12 месяцев.	Особое внимание уделяют скрытым, труднодоступным элементам оборудования.

ГОСТ Р 52301-2013 «Оборудование и покрытия детских игровых площадок. Безопасность при эксплуатации. Общие требования»

6. Контроль состояния ударопоглощающего покрытия

Включает оценку уровня расположения покрытия:

Для насыпных покрытий	Для покрытий из несыпучих материалов
- Контроль толщины насыпного слоя с учетом критической высоты падения с оборудования, под которым оно расположено, и необходимого запаса на вытеснение материала (для расчета объема, необходимого для досыпки).	- Проверка на наличие зон, где могут застрять части тела или одежды пользователей.
- Наличие загрязнений насыпного материала, в том числе уборка территории площадки от снега.	- Оценка поверхности покрытия на наличие износа (уменьшения толщины) в местах активного перемещения пользователей.
- Степень уплотнения материала в процессе эксплуатации (необходимость рыхления).	- Наличие загрязнений материала покрытия, в том числе уборка территории площадки от снега.
	- Оценка состояния ударопоглощающих свойств покрытия в конкретных климатических условиях.

Новое позиционирование УО

Для Управляющих организаций Программа «Наш двор» — это стартовая площадка для объединения всех участников изменений придомовых территорий, а также повышения их собственного рейтинга. Кроме того, Программа популяризует, переосмысляет, осовременивает сферу ЖКХ и отношение к рабочим профессиям этой сферы. Вокруг нее формируется сообщество единомышленников, и таким образом УО расширяют свою лояльность и получают новый политический вес.

Новое позиционирование УО строится через вовлеченность организаций в процесс преобразования окружающей среды. Для них становится важным не просто систематически обслуживать жилищно-коммунальные нужды жителей, но и активно участвовать в формировании новых качественных пространственных условий.

Мотивацией для УО к качественному исполнению Программы могут служить как материальные, так и нематериальные аспекты. В качестве материальной мотивации происходит улучшение придомовой территории, включающее замену коммуникаций за счет сторонних средств, а также возможность дальнейшего развития пространства по инициативе жителей, которые становятся сопричастны к изменениям и готовы вкладываться в перспективе.

Нематериальные аспекты могут быть следующими: правильный паттерн поведения с жителями, снижение уровня критики с их стороны, создание сообщества единомышленников. Продуктивное взаимодействие с жителями приведёт к снижению выгорания сотрудников, увеличению их заинтересованности и продуктивной работе. Основной нематериальной мотивацией для неравнодушной и активной Управляющей организации может стать государственная и административная поддержка. Также к нематериальной мотивации относится участие УО в конкурсах, балльно-рейтинговой системе, в которой отображаются лучшие УО и мероприятия.

Руководство по работе
с управляющими организациями

Вложение денег в профессионализм сотрудников

Образцовой компанию делают люди, которые в ней работают. Это и есть главный источник успеха. Главное в работе любой управляющей организации – наличие команды и её способность совершенствоваться и адаптироваться к изменяющимся условиям работы.

Не всегда получается взять на работу опытных специалистов. Поэтому УО должна сама их растить, вкладываясь в обучение, курсы повышения квалификации, семинары для сотрудников. Здесь важна роль руководителя, который должен найти баланс в трудовой нагрузке и мотивации каждого отдельного работника, учитывать коллективные интересы и поддерживать здоровые профессиональные отношения среди сотрудников. Вот инструменты и подходы, которые в этом помогут:

1. Планирование рабочего времени

Запланированные	Текущие	Внезапные
периодические задачи, которые зависят от установленных сроков	повседневные задачи	непредвиденные задачи, которые могут появиться в течение дня

Нужно планировать рабочее время сотрудников так, чтобы им хватало времени на все эти задачи.

2. **Использование программ-планировщиков и приложений**
   Приложения – отличные помощники в постановке задач. Руководитель может даже с телефона ставить задачи и следить за процессом их выполнения, а также планировать рабочее время сотрудников.

3. **Направление платежных документов по электронной почте**
   Отказ от бумажной копии упрощает процесс документооборота.

4. **Создание эффективно работающего Совета МКД**
   Совет жителей многоквартирных домов станет помощником управляющей компании при решении самых разных задач.

5. **B2B-сотрудничество со сторонними организациями на взаимовыгодных условиях**
   Как пример, установка камер видеонаблюдения во дворе за счет интернет-провайдера. В ответ УО и собственники предлагают оператору связи льготные условия по размещению оборудования или иные привилегии.
   Приведённые примеры из работы УО, которые успешно выполняют обязанности по управлению многоквартирными домами, показывают, что это возможно, если активно вовлекать в процесс управления домом жителей через Совет дома, общие собрания.

11 правил коммуникации УО

Несмотря на то, что Программа «Наш двор» и Управляющие организации находятся в партнерских отношениях, Программа для УО — стратегический наставник, в том числе и в коммуникации с жителями. УО присоединяются к Программе, а значит, подстраиваются под стиль общения, который задают ее инициаторы.

Главная задача Программы — изменить привычную схему общения УО с системы «отработка негатива» на систему «конструктивные предложения и их реализация».

И для продуктивного взаимодействия представителей УО с жителями необходимо упростить им задачу и предоставить готовые решения для коммуникации. Задача координаторов Программы — донести информацию о том, куда и в каком случае необходимо обращаться. Поэтому необходимо обучить сотрудников Управляющих организаций не просто рассматривать жалобы и обращения жителей, а формировать комплексный подход по решению задач с возможностью работы на опережение.

Основное возражение УО – это дороговизна обслуживания нового оборудования. В таком случае можно предложить им выйти из Программы. Но если они хотят продолжить участие, то нужно научить их общаться с жителями: аргументировать необходимость вложений в общественное пространство со стороны собственников и важность бережного отношения к новому детскому, спортивному и уличному оборудованию. Важно выстроить регулярное общение с Управляющими организациями со стороны администрации. Это позволяет вовремя решать все текущие вопросы, избегать недопонимания между сторонами, исключить недоверие и ощущение отчужденности.

Коммуникация со стороны представителей Программы «Наш двор» в РТ строится на следующих принципах:

1. **Доступное изложение информации**
   Чтобы при общении вторая сторона понимала, о чём идет речь, важно не просто ставить неопределенную задачу, а раскладывать ее. Это может потребовать больше усилий, но приведёт к лучшему результату.

2. **Планомерная работа**
   Недостаточно один раз обозначить задачу. Нужно дополнительно ее объяснить, ответить на все вопросы, выслушать и отработать возражения.

3. **Индивидуальный подход**
   Между представителями Программы и различными Управляющими организациями может быть разный уровень отношений, доверия, рабочего опыта. Следовательно, с каждой из УО коммуникация выстраивается по-своему.

4. **Решение проблемы**
   Необходимо объяснить, какие трудности Программа помогает преодолеть.

5. **Акцент на выгоде для УО**
   Первоочередно нужно акцентировать внимание УО на выгоде именно для них. Выгода для города, региона и даже жителей может стать вторичной, однако необходимо дать инструмент для общения с жителями и показать, о какой выгоде для своей аудитории они могут говорить на следующем уровне коммуникации.

6. **Простые решения**
   Сложные задачи вызывают негативную реакцию и отторжение. Если задача глобальная, её нужно разложить на этапы и показать, что в реальности она выполнима.

7. **Человечность**
   Современные тенденции в бизнесе переходят от коммуникации «бизнес для бизнеса» к коммуникации «человек для человека». Такой подход вызывает больше доверия, помогает подключить эмоциональную составляющую и говорить не только о выгоде для компаний, но и об удовлетворении личных амбиций и стремлений сотрудников («я сделал мир лучше», «я помог родному городу», «все в восторге от моей работы»).

8. **Использование иллюстраций и примеров**
   Яркое и детальное описание, основанное на ассоциациях, запоминается лучше. Поэтому при текстовом общении можно использовать визуальные элементы темы коммуникации, при устном общении — апеллировать к примерам («представьте...», «например, ...»).

9. **Дружелюбный настрой**
   Необходимо поддерживать вторую сторону, не осуждать, в случае возражений объяснять, почему необходимо сделать именно так.

10. **Концентрация на главном**
    При старте коммуникации нужно изначально обозначить общий план и только потом вдаваться в подробности, объяснять детали.

11. **Повторение**
    Не всегда весь объём информации возможно усвоить с первого раза, поэтому нужно повторить, акцентировать внимание на важных аспектах, убедиться, что собеседник понял и запомнил информацию.

Руководство по работе
с управляющими организациями

Жители. Сроки и этапы реализации Программы «Наш двор»

Этап 1
Информирование

Цель Формирование положительного отношения к программе

Действия/точки касания с аудиторией

- Единый информационный ресурс (сайт)
- Сайт администрации
- Социальные сети
- Образовательные условия
- Развлекательные мероприятия
- СМИ
- Чат-бот

Этап 2
Взаимодействие до начала реализации Программы

Цель Вовлечение жителей в благоустройство

Действия/точки касания с аудиторией

- Анкетирование
- Первое собрание с жителями. Обсуждение предварительной схемы двора с учетом потребностей жителей (результат анкетирования), отчет о первом собрании ★
- Второе собрание с жителями и презентация второй версии (новой редакции) предварительной схемы благоустройства с учетом их потребностей, голосование и подписание жителями протокола ОСС ★
- Итоговое собрание с жителями и презентация итоговой детальной схемы с учетом их потребностей, отчет об итоговом собрании ★
- Распространение схемы благоустройства поо каналам Программы и уведомление жителей о начале ремонтных работ
- Чат в мессенджере
- Горячая линия

Обозначения

- ★ требует особого внимания
- постоянный канал работы с аудиторией
- мероприятия с гибкой периодичностью
- мероприятия с четко регламентированным сроком проведения

Руководство по работе
с управляющими организациями

Этап 3
Взаимодействие по ходу реализации Программы

Цель Вовлечение жителей в управление дворовой территорией

Действия/точки касания с аудиторией

Размещение объявлений о начале работ по благоустройству ★ → При необходимости встречи с жителями и управляющей организацией →

Итоговое мероприятие, приуроченное к завершению Программы ★ →

Этап 4
Взаимодействие после реализации Программы

Цель Поддержание и рост уровня лояльности к Программе

Действия/точки касания с аудиторией

Проведение оценки эксплуатации территории ★ →

Обозначения

★ требует особого внимания

постоянный канал работы с аудиторией

мероприятия с гибкой периодичностью

мероприятия с четко регламентированным сроком проведения

Руководство по работе
с управляющими организациями

Портретные характеристики жителей

В рамках реализации Программы были выявлены следующие категории жителей, исходя из которых были определены методы вовлечения определенных групп в благоустройство дворов.

Лояльные
Под лояльными жителями в Программе понимается группа инициативных жителей, Актив двора, которые готовы к участию не только в собраниях по обсуждению благоустройства дворовых территорий, но и к вовлечению других жителей, к реальным шагам для развития и облагораживания территории. Они подписываются на страницы Программы в социальных сетях, комментируют записи, участвуют в конкурсах и обсуждениях, привлекают к активности других жителей своего двора, формируют команду единомышленников вокруг себя. Они могут помогать в информировании большого количества жителей — пересылать сообщения в социальных сетях, генерировать собственный контент о Программе на своих личных страницах и отмечать аккаунты Программы. Могут участвовать в оповещении о предстоящих собраниях, прохождении анкетирования и подписании документов Программы. Такие жители могут стать амбассадорами Программы.

Условно лояльные
Условно лояльные — это жители, которые приходят на собрания, участвуют в общественных обсуждениях, подписываются в социальных сетях на страницы Программы, но редко комментируют записи, не вовлекаются в конкурсы и другую активность. Как правило, такие жители высказываются о своем мнении относительно благоустройства двора, но не готовы занимать позицию лидера или амбассадора Программы, участвовать в информировании соседей и проявлять какую-либо инициативу в реализации этапов Программы. Могут перейти в категорию лояльных.

Нейтральные
Категория жителей, которые пользуются Программой, но не высказывают своего отношения к ней, не участвуют в собраниях

и не вовлекаются в реализацию Программы. При корректно составленном плане мероприятий для вовлечения жителей можно перевести в категорию лояльных жителей.

Негативные
Под негативными Программа понимает жителей, которые активно принимают участие в обсуждении благоустройства, подписываются в социальных сетях и генерируют контент на своих персональных страницах, отмечая страницы Программы, однако транслируют исключительно негативное восприятие Программы (как правило, недостаток парковочных мест, использование песка в качестве покрытия для детских площадок, длительные строительно-монтажные работы и другое). Негативные жители, так же как и лояльные, стремятся распространить свое мнение на большую аудиторию, сформировав вокруг себя «лагерь противоборцев». При правильно выстроенной коммуникационной стратегии можно снизить градус недовольства этой группы жителей и перевести их в категорию условно лояльных.

В ходе реализации Программы были также определены портреты групп жителей, исходя из интересов и мотивации:

Руководство по работе
с управляющими организациями

Категория жителей	Характерная роль	Барьеры вовлечения	Мотивы вовлечения	Возможный вклад	Ожидаемые выгоды
Автолюбители Автолюбители составляют самую обширную группу негативных жителей программы. Как правило, это мужчины 30–55 лет, у них либо нет детей, либо дети уже взрослые, поэтому автолюбители отдают предпочтение парковкам и не заинтересованы в строительстве детских площадок. Они много работают, не проводят время во дворе дома, поэтому их не волнует качество инфраструктуры и озеленения дворовой территории. Основные их интересы — политика, новости города и региона, хоккей или футбол. В социальных сетях подписаны на сообщества, где люди обмениваются информацией о скидках, акциях. Общаются в основном с помощью мессенджеров — WhatsApp и Telegram. Их главный интерес во дворе — возможность безопасно припарковать машину, желательно с возможностью наблюдать за ней из дома и с быстрым доступом. Поэтому иногда они паркуются под окнами соседей. Эта категория жителей равнодушна к остальным пунктам благоустройства. Автолюбители идут на контакт, демонстрируют незаинтересованность, раздражительность, игнорируют собрания, но активно вступают в коммуникацию, когда понимают, что во дворе будет пересмотрена система парковочных мест. Они не идут на компромиссы в достижении своих интересов и активно лоббируют их. Победить их негатив чаще всего удается только голосованием и кворумом большинства.	Детрактор программы, пишет претензии в социальных сетях, в различные инстанции, звонит с обвинениями и требованиями на Горячую линию, мешает осуществлять строительно-монтажные работы.	- Страх изменений. - Беспокойство за безопасность своего автомобиля. - Ощущение ускользающего комфорта («теперь нужно думать, где парковать машину»). - Нежелание тратить время на собрания. Нежелание общаться с соседями. - Недоверие государственным инициативам.	- Возможность влиять на решения Программы и отстаивать свои интересы. - Знакомство с единомышленниками и потенциальная возможность создать сообщество.	- Информация для корректировки и доработки проекта благоустройства. - Контроль реализации Программы. - Контроль эксплуатации территории.	- Специально выделенная зона парковки, которая позволяет обеспечить безопасность автомобиля. - Сообщество единомышленников. - Возможность активно влиять на развитие городской среды. - Рассмотрение Программы как инструмента преобразования. - Повышение качества жизни.

Руководство по работе
с управляющими организациями

Категория жителей	Характерная роль	Барьеры вовлечения	Мотивы вовлечения	Возможный вклад	Ожидаемые выгоды
Пожилые жители					
Пожилые люди, напротив, составляют большую часть лояльной аудитории. Обычно это женщины старше 65 лет. Они легко идут на контакт, внимательно слушают информацию о планах на благоустройство, хорошо воспринимают принципы Программы. Почти не пользуются социальными сетями и мессенджерами, отдают предпочтение живому общению, получают информацию из традиционных СМИ. Они деятельные и инициативные, помогают сгладить конфликты с другими аудиториями, например, автолюбителями. Они хотят сохранить озеленение, создать комфортную среду — собственный парк, где можно отдохнуть, побеседовать, провести время. Для них важны все детали: высота пандуса, удобство тротуара, максимальное сохранение деревьев. Они могут сами высаживать растения, легко вовлекаются в активности, благодарны Программе. Если пожилой житель переходит в состояние негатива к Программе и начинает тиражировать его, с ним можно договориться. Как правило, таким людям не хватает общения и внимания, поэтому на встрече должен быть дополнительный модератор, который отвлечет негативного жителя, отведет в сторону, выслушает его претензии и предложит варианты решения.	Аккумулирует вокруг себя людей, оповещает о деятельности Программы, может стать как амбассадором, так и детрактором Программы.	- Непонимание деталей Программы. - Обеспокоенность за озеленение дворовой территории. - Недовольство неудобствами, вызванными затяжными строительно-монтажными работами.	- Желание преобразить свой двор. - Стремление уменьшить количество автомобилей во дворе. - Ощущение своей причастности и своего вклада в проект. - Возможность дополнительных поводов для общения с соседями по двору, архитекторами, Управляющей организацией и другими.	- Помощь в вовлечении большего числа жителей. - Трансляция принципов и ценностей Программы. - Работа с негативными категориями жителей и перевод их в категорию условно лояльных и лояльных; - Информация для корректировки и доработки проекта благоустройства.	- Контроль реализации Программы. - Контроль эксплуатации территории. - Сохранение озеленения. - Сообщество единомышленников. - Возможность влиять на развитие городской среды. - Обогащение социальной жизни. - Повышение качества жизни.

Руководство по работе
с управляющими организациями

Категория жителей	Характерная роль	Барьеры вовлечения	Мотивы вовлечения	Возможный вклад	Ожидаемые выгоды
Родители с детьми					
Также являются представителями преимущественно лояльной категории. Это молодые женщины, они активны, общительны, хотят, чтобы во дворе была инфраструктура для детей и им не нужно было ежедневно искать, как развлечь ребенка. Им не хватает общения с единомышленниками, хотят заниматься чем-то помимо родительства, смотрят сериалы, интересуются модой, психологией, саморазвитием, возможностями работы из дома (SMM, блогинг, бьюти-процедуры). Активно ведут страницу в Инстаграме, в основном подписаны на аккаунты инфлюенсеров и страницы рекомендательного характера по бытовым вопросам, вопросам воспитания и построения отношений. Как правило, заходят с негативной коммуникации, но как только понимают, что Программа на их стороне, меняют тон и активно вовлекаются в обсуждение. В приоритете этой аудитории — безопасность, поэтому ее представители часто выступают за установку ограждений на детских площадках. Им интересно развивать инфраструктуру двора, озеленение, ограничивать зону парковки. Легко могут стать Активом двора или дома, помогать проводить опросы, взять на себя вопросы озеленения, следить за строительно-монтажными работами и сообщать о нарушениях.	Готова активно участвовать в реализации Программы, строго следит за сроками реализации, активно вовлекается в обсуждение, аккумулирует вокруг себя единомышленников, вместе с которыми переубеждает негативную аудиторию.	- Зачастую неготовность идти на компромисс. - Недовольство неудобствами, вызванными затяжными строительно-монтажными работами. - Позиция «мне должны сделать».	- Желание иметь красивый комфортный двор. - Необходимость иметь в легком доступе безопасную детскую площадку. - Потребность в ровном дорожном покрытии и тротуарах. - Желание сохранить озеленение и улучшить экологическое состояние дворовой территории. - Желание общаться с новыми людьми. - Ощущение своей значимости.	- Помощь в вовлечении большего числа жителей. - Трансляция принципов и ценностей Программы. - Работа с негативными категориями жителей и перевод их в категорию условно лояльных и лояльных. - Информация для корректировки и доработки проекта благоустройства. - Контроль реализации Программы. - Контроль эксплуатации территории.	- Сохранение озеленения. - Сообщество единомышленников. - Способ самореализации. - Обогащение социальной жизни. - Повышение качества жизни.

Руководство по работе
с управляющими организациями

Категория жителей	Характерная роль	Барьеры вовлечения	Мотивы вовлечения	Возможный вклад	Ожидаемые выгоды
Подростки и молодежь					
Проблематично вовлекаются в Программу, но пользуются результатами Программы. Возраст — до 25 лет. С недоверием относятся к государственным инициативам и программам в целом, но интересуются благоустройством и развитием городской среды. Ценят возможность создать свое «третье место» — пространство кроме дома и места работы/учебы, где они проводят время: общаются с друзьями, знакомятся, самореализуются. Им в меньшей степени интересны автомобили, но интересна экология. Охотно вовлекаются в необычные активности в проекты, которые разделяют их ценности. Им важно приносить пользу обществу и иметь возможность самовыражения.	Не вовлекаются в проектирование, но довольны результатами. Не готовы присваивать территорию, потому что не хотят привязываться к ней, но готовы бережно относиться к результатам. Могут стать активными участниками Программы, если будут затронуты их узкие интересы — спорт, творчество, другие способы самовыражения.	- Недоверие к государству. - Конфликты с другими аудиториями (взрослые не воспринимают подростков как лиц, к мнению которых нужно прислушиваться). - Нет точек соприкосновения информационного поля аудитории с информационным полем влияния Программы. - Программа и аудитория говорят на разных языках.	- Внести свой вклад в изменения. - Стать частью сообщества. - Доказать, что мнение подростков и молодежи важно.	- Информирование о Программе аудитории молодежи и подростков. - Вовлечение молодежной аудитории. - Трансляция принципов и ценностей Программы. - Информация для корректировки и доработки проекта благоустройства.	- Сообщество единомышленников; - Способ самореализации. - Способ доказать свою зрелость и значимость своего мнения. - Повышение качества жизни.

Рекомендации по началу коммуникации:

Модели коммуникации

Коммуникативный цикл общения

Закрытые коммуникации
Цель этапа: довольный партнер

Быть счастливым и уверенным
Цель этапа: хорошее настроение, доброжелательность

Установление контакта
Цель этапа: расположить к общению

Ориентация в ситуации партнера
Цель этапа: узнать в чем суть общения

Предложение решения:
Цель этапа: партнер выбирает вариант

Создание договоренностей
Цель этапа: довольный партнер

Впечатление о собеседнике формируется в первые 8–15 секунд встречи или разговора. Выстроенное за это время общение — поддерживающие друг друга союзники или строящие баррикады противники — повлияет на всё время коммуникации в будущем. Чтобы произвести необходимое впечатление, есть только один шанс.

На всех этапах коммуникации важно стремиться выстроить конструктивный диалог. Так будет проще прийти к результату в виде конкретных договоренностей.

Принципы конструктивного общения:

1. **Своевременность**
   Нужно говорить о действиях в настоящем. Правильная последовательность обсуждения:

   a) Решение проблемы сейчас.
   Необходимо найти решение, а не виновного.

   Пример: подрядчики выполнили какие-то работы некачественно, скоро сдача проекта. Первоочередно необходимо найти или помочь в поиске нового подрядчика, который исправит ситуацию.

   b) Мыслить на опережение.
   Необходимо продумать все детали заранее, чтобы исключить форс-мажоры.

   Пример: дизайнеры/архитекторы изменили систему дорожек в сравнении с тем, что было, жителям не нравится, так как это негативно изменило логистику передвижения. Нужно заранее обговаривать сохранение логистики по важным «народным тропам».

   c) Анализ действий.
   Что было сделано, что привело к нынешнему результату.

   Пример: УО и представители Программы заранее обговорили с жителями, что если они хотят видеть на детской площадке не песок, а специальное резиновое покрытие, то средства на него собирают с жителей и дальнейшее обслуживание также материально ложится на них. Это привело к договоренностям и возможности создать желаемое жителями покрытие.

2. **Адресность**
   Ставить задачу тем, кто может ее решить.

   Пример: для замены трубопровода нужно говорить и с «Водоканалом», и с дорожными службами, так как они работают в связке.

3. **Обоснованность**
   Необходима аргументация для описания проблемы с фактами.

   Пример: не нужно говорить: «меня что-то смущает, что мы ставим мусорку под окнами». Нужно объяснять, что «от мусорки идет неприятный запах, и он создаст жителям в квартирах дискомфорт».

4. **Прояснить ситуацию**
   Чтобы понять вторую сторону, нужно выслушать ее аргументацию, не делая поспешных выводов.

   Пример: если подрядчики говорят, что на данном участке нельзя кардинально изменить систему жилищных коммуникаций, нужно выслушать, почему и найти компромиссные варианты.

5. **Создание договоренностей**
   Каждая из сторон должна понимать и помнить свои зоны ответственности, сроки и главные цели.

   Пример: УО должны качественно и в срок выполнить план Программы, кроме случаев возникновения чрезвычайных ситуаций, на которые внепланово нужно бросить все силы.

6. **Положительные эмоции**
   Комплименты собеседнику, улыбка, акцент на его сильных сторонах и важности в реализации проекта располагают и нейтрализуют раздражение.

   Пример: «У нас во дворе дорога уже год ремонтируется!» — «Приятно видеть небезразличного человека. Я вам благодарен за сигнал. Мы добиваемся высокого качества обслуживания наших жителей. Но давайте разберемся...»

7. **Рефлексия**
   Всегда необходимо объективно проанализировать ситуацию.

   Пример: кто-то кричит, обвиняя вас в чем-то. Не нужно оправдываться, а нужно акцентировать внимание собеседника на том, как это выглядит со стороны: не как конструктивная критика, а эмоции без фактов.

Руководство по работе
с управляющими организациями

8. **Совместный поиск оптимального решения.** При разногласии необходимо найти компромиссное решение, устраивающее обе стороны. Можно выслушать их предложения или предоставить свои.

Пример: многие жители дома являются владельцами собак, которые хотят отдельную площадку для выгула питомцев. Можно предложить следующее: «А что, если мы не будем переделывать всю территорию двора под детскую площадку и зону отдыха для жителей, а оставим тот участок, засеянный травой, и вы сможете там гулять?».

Руководство по работе
с управляющими организациями

Общение с жителями домов через социальные сети

Альтернативной формой диалога с жителями многоквартирных домов и обратной связи может стать создание официальной группы УО Вконтакте.

Общение с жителями через группу может оказаться удобным и эффективным.

Большое внимание нужно уделять оформлению группы – это разработка фирменного стиля, интерактивное меню – и распространению информации о ней среди жителей многоквартирных домов (МКД).

В сведения о группе входит блок информации об УК на официальных бланках и визитках, которые вручаются клиентам при общении с работниками компании.

В группе дублируется практически вся информация с сайта УК, а также открыты обсуждения и диалоги. Участники группы могут задать вопрос или что-то предложить: УК обязательно отвечает на такие посты.

В группе размещаются новости, информация об общем собрании собственников (ОСС), объявления, опросы и авторские статьи. Эти мероприятия позитивно повлияют на лояльность жителей МКД к компании.

На определенном этапе группу следует сделать закрытой: там обязательно появятся представители конкурирующих компаний, которые будут всячески накалять ситуацию и задавать провокационные вопросы.

Не стоит создавать общие с жителями МКД чаты в мессенджерах, толку от них не будет. Пусть жители создают себе канал для общения, вовлекать в поток

Модели поведения при конфликтах

- гасить агрессию собеседника, не потакать ей и не сопротивляться;
- коммуницировать спокойно и доброжелательно;
- понимать и слышать собеседника, но не обязательно соглашаться с ним;
- не повышать тон: того, кто кричит, не слушают;
- вовремя промолчать — иногда это лучший аргумент или буфер конфликта.

Что делать в конфликтных ситуациях

1. **Выслушать**
   Кричащий не способен на апелляцию к фактам, он хочет выплеснуть накопившиеся эмоции. Нужно дать ему такую возможность и понимать, что собеседник кричит не лично на вас, а от усталости, бессилия, раздражения.

2. **Признать ошибки**
   Соглашаясь с собеседником, можно его обескуражить, так как в конфликтах вторая сторона ждет негативной реакции или оправданий. При отсутствии конфронтации конфликт быстро сходит на нет: аргументы отсутствуют, и желания доказывать не остается.

3. **Использовать технику «Зеркало»**
   Один из приемов «активного слушания», помогающий расположить к себе собеседника — полностью или частично повторять услышанное. Повтор может как подтверждать сказанное, так и уточнять.

4. **Повторять «Купи слона».**
   В процессе общения одна фраза повторяется без изменений. Фраза произносится спокойно и доброжелательно. На определенном этапе это может вызвать негатив, но потом собеседнику надоест отсутствие реакции, и он сам завершит общение.

Канал коммуникации	Процент восприятия информации собеседником	Что относится к данному каналу коммуникации
Аудиальные (словесный)	**7%**	- содержание разговора - словарный запас
Вербальный (словесный)	**38%**	- тембр голоса - мелодичность - ритм речи
Визуальный (зрительный)	**55%**	- жесты, походка, движения, поза - мимика, улыбка, выражение лица - одежда (стиль и опрятность), взгляд

Как выстраивать коммуникацию с жителями во время проведения ремонтных работ

Первый этап – до начала реализации Программы – подробно расписан в методических рекомендациях по проведению встреч с жителями. В этом блоке мы рассмотрим, как нужно выстраивать коммуникацию непосредственно во время проведения ремонтных работ. Продолжительность этого этапа в среднем составляет 8 месяцев (апрель–ноябрь).

Цель этого этапа – вовлечь жителей в надзор за проведением ремонта, а также в управление процессом благоустройства.

Данный этап потенциально может создать некомфортные условия проживания вследствие проведения ремонтных работ, вопросов практического согласования на местах, работы Подрядных организаций и др.

Поэтому одна из основных задач этапа реализации Программы — регулярное информирование жителей с помощью Управляющих организаций о ходе проведения работ и подготовка сотрудников УО к отработке негативных возражений со стороны жителей.

Задачи УО на данном этапе:
- сформировать в восприятии аудитории понимание сроков проведения работ;
- подготовить территорию к работе Подрядчиков;
- сформировать график всех работ во дворе и вовремя оповещать жителей об определенных этапах ремонта;
- подготовить сотрудников УО для ответа на вопросы жителей по ходу работ.

Инструменты:
- размещение баннеров от Программы с информацией о графике работы;
- демонстрационные материалы (таблички формата «здесь будет площадка» и т.п);
- объявления на базе ресурсов УО: онлайн (мессенджеры, сайт при наличии), офлайн (информационные доски);
- график работ;
- поддерживать жизнь после реализации Программы и размещать на информационном стенде «Не мусорить».

Шаблоны представлены ниже:

Перед началом ремонтных работ УО необходимо очистить территорию двора от незаконных построек, аварийных деревьев, а также демонтировать старые небезопасные МАФы. Уведомление о сносе аварийных деревьев составляется по форме, прилагаемой к Межведомственному регламенту, и размещается во дворе не позднее, чем за 3 дня до начала работ. УО и подрядчики оформляют Акт приема-передачи придомовой территории для производства работ. Отсканированная копия размещается в CRM-системе. ГДС, подрядчики по дорогам, подрядчики по освещению, поставщики МАФ, Фонд благоустройства в Республике Татарстан совместно с Сетевыми организациями и УО прорабатывают графики своих работ и размещают их в CRM-системе.

Сведения для каждого двора:
- график дорожных работ;
- график установки освещения;
- график поставок и монтажа МАФ;
- график приемки;
- отсканированная копия Акта приема-передачи придомовой территории.

В случае, если житель напрямую обращается с Управляющей организацией, схема взаимодействия УО с Командой координаторов Программы представлена на следующих страницахк:

Руководство по работе
с управляющими организациями

Офлайн-обращение жителя

Сотрудник УО может отработать вопорос самостоятельно

Общие вопросы по работе Программы

После встречи с сотрудниками команды кооординаторов Программы УО выдается перечень важной информации и скриптов, изучив которые она имеет возможность самостоятельно отработать возникший вопрос.

В перспективе: онлайн-доступ к базе знаний по ответам (FAQ вопросы на сайте, чат-бот и т.д.)

Сотруднику УО требуется консультация

Дорожные работы

- подрядчик
- исполком

Парковочные места

- подрядчик
- исполком

Детские площадки

- сотрудник Программы
- архитектор-проектировщик

Освещение

- подрядчики по освещению
- сетевая организация

Коммунальные отходы

- консультация сотрудника Программы

Выгул собак

- консультация сотрудника Программы

Озеленение

- консультация сотрудника Программы

Ремонтные работы

- подрядчик
- исполком

Другое (нецелевой вопрос)

- сотрудник Программы
- архитектор-проектировщик
- модератор
- коммуникатор
- исполком
- горячая линия

Вырубка деревьев

- подрядчик вырубки деревьев
- архитектор-проектировщик
- исполком

Ремонтные работы

- консультация сотрудника Прогаммы

Взаимодействие с жителями к завершению ремонтных работ

Рабочая комиссия по приемке результата ремонтных работ

Цель этапа	Участники	Ход работ	Результат
Подписание Акта рабочей комиссии, определение замечаний для устранения недочетов и последующего подписания актов.	- Команда Программы; - Администрация; - Генеральные подрядчики по основным видам работ; - Служба технического надзора (СТН); - Управляющие организации; - Подрядчики по дорогам; - Подрядчики по освещению; - Поставщики МАФ; - Фонд благоустройства в Республике Татарстан (заказчик).	1. Исполком организует присутствие участников на рабочей комиссии по приемке результата ремонтных работ, уведомляя всех за 3 рабочих дня до выезда комиссии. 2. Участники подписывают Акты рабочей комиссии или выдают замечания для устранения недочетов и последующего подписания актов. 3. Акты рабочей комиссии размещаются Исполкомом в CRM-системе.	Подписанный Акт о проведении рабочей комиссии по комплексному благоустройству дворовых территорий, размещенные в CRM-системе.

Приемочная комиссия для приемки выполненных дорожных работ

Цель этапа	Участники	Ход работ	Результат
Подписание УО акта приемки выполненных дорожных работ.	- ГДС; - Подрядчики по дорогам; - Фонд благоустройства в Республике Татарстан; - Исполком; - УО.	Управляющая организация в соответствии с условиями договора на выполнение работ по ремонту дорожных покрытий проводит приемочную комиссию и подписывает Акт приемочной комиссии.	Подписанный Акт приемки объекта приемочной комиссией

Руководство по работе
с управляющими организациями

Приемка-передача оборудования на баланс жителям

Цель этапа	Участники	Ход работ	Результат
Подписание детальной схемы и спецификации, составленных согласно исполнительной документации.	- Фонд благоустройства в Республике Татарстан; - Поставщики МАФ; - Исполком - УО и Уполномоченные представители.	1. Фонд благоустройства в Республике Татарстан совместно с Исполкомом и УО инициирует встречу для оформления приема-передачи МАФов на баланс жителям в качестве общедомового имущества. Подписывается Акт приема-передачи. 2. Акт приема-передачи размещается Фондом благоустройства в Республике Татарстан в CRM-системе. Шаблон Акта приема-передачи МАФ.	Подписанный Акт приема-сдачи МАФ, подписанные Детальная схема и Спецификация, согласование времени проведения итогового мероприятия «Праздника двора».

Количество Уполномоченных представителей определяется в количестве двух человек от дома, общее количество по двору зависит от общего количества домов во дворе. Подписание с Уполномоченными представителями Детальной схемы и Спецификации, составленных согласно Исполнительной документации. УО и Исполком руководствуются Регламентом по работе с жителями. Детальная схема и Спецификация [Часть 19] подписываются Проектировщиком, представителем от УО и Уполномоченными представителями. Согласование проведения мероприятия для жителей «Праздник двора» с Активом двора, УО и сотрудниками Команды координаторов Программы.

Взаимодействие с жителями после реализации Программы

После этапа эксплуатации важно поддержать высокую лояльность Управляющих организаций.
У сотрудников УО после реализации Программы появляются эффективные методики по работе с жителями, которые способствуют изменению отношения аудитории не только к деятельности Программы, но и к сфере ЖКХ и работе УО.

На данном этапе важно передать техники бережного отношения к объектам благоустройства. Алгоритмы и чек-листы, полученные УО в ходе Программы, помогают облегчить процесс взаимодействия с жителями и оптимизировать организацию труда и после проведения работы по благоустройству, что делает сотрудников УО адептами Программы.

1. Организация итогового мероприятия, приуроченного к завершению Программы

Продолжительность: разово.
Цель: эмоциональная фиксация проделанной работы по благоустройству.

Задачи:
- организация мероприятия: времени и места;
- получение обратной связи по Программе от УО и жителей после проведения мероприятия.

Участники:
- Исполком;
- Команда координаторов Программы;
- Управляющая организация
- Жители.

Инструменты до и во время мероприятия:
- анонс мероприятия среди жителей (мессенджеры, афиши);
- «Книга добрососедства»;
- образовательная брошюра для Управляющих организаций;
- благодарственные письма;
- раздаточный материал – ценный подарок жителям.

Инструменты после проведения мероприятия:
- анкетирование жителей по итогам реализации Программы;
- анкетирование Управляющих организаций;
- бриф для сотрудников Управляющих организаций.

Руководство по работе
с управляющими организациями

Проведение мероприятия

Во время проведения мероприятия жителям предоставляется «Книга добрососедства», где описаны правила бережного отношения, ценности Программы и культура любви к двору, а также векторы дальнейшего развития территории. Сотрудникам УО предоставляется образовательная брошюра с алгоритмами и ценностями Программы, эффективными инструментами коммуникации с жителями.
На празднике вручаются благодарственные письма Управляющим организациям от Президента Республики Татарстан, представителей Минстроя РТ, Куратора Программы и других должностных лиц. По итогам реализации благоустройства Команда координаторов Программы проводит бриф и анкетирование Управляющих организаций на предмет определения лояльности к Программе, удовлетворенности взаимодействием. Через 2 недели после мероприятия проводится анкетирование жителей для определения уровня лояльности и получения обратной связи по итогам работы Программы. Данные передаются в Исполком. Жителей оповещают о способах связи по вопросам Программы, телефоне Горячей линии.

Результат: Пролонгирование эмоционального удовлетворения от результатов благоустройства, установление вариантов связи после завершения работы Программы, передача коммуникационных материалов жителям и УО, которые способствуют бережной и внимательной эксплуатации объектов благоустройства. Определение лояльности жителей и УО и получение обратной связи.

2. Мотивационные поддерживающие мероприятия

Продолжительность: бессрочно.

Цель: удержание высокой степени лояльности и вовлечение управляющих организаций после реализации Программы.

Инструменты поддерживающей коммуникации:

1. Актуальная база Управляющих организаций.
2. Организация и проведение мероприятий для Управляющих организаций.
3. Ведение личной коммуникации: звонки, собрания.
4. Рассылка с обновлениями и полезными чек-листами, информацией, новостями по общей сфере и обновлению законодательства.
5. Помощь в образовании (повышение квалификации): рекомендация образовательных ресурсов, организация воркшопов по обсуждению и решению актуальных проблем сферы.
6. Рейтинг Управляющих организаций по итогам проекта и награждение победителей.
7. Проведение мероприятия для Управляющих организаций, жителей и подрядчиков «Праздник двора» с подведением итогов Программы и благодарственным письмом от Куратора Программы, представителей Минстроя РТ, Президента Республики Татарстан и других должностных лиц.
8. Формирование сообщества Управляющих организаций при Программе.
9. Потенциальное участие в межведомственных совещаниях с должностными лицами Республики Татарстан.
10. Участие в Федеральном форуме по благоустройству дворовых территорий.

Создание сообщества Управляющих организаций направлено на пролонгирование высокой степени вовлеченности Управляющих организаций, формирование активного органа для реализации ценностей Программы и нового подхода к функционированию управляющих организаций.

Результат: Активная база Управляющих организаций, находящихся долгое время в содействии с Программой, поддержание имиджа Программы, качественно новый подход к коммуникации Управляющих организаций.

3. Исполнение гарантийных обязательств

Продолжительность: согласно договору. Управляющие организации отправляют запрос подрядным организациям на возможный ремонт по гарантийным обязательствам. После исполнения подписывается двусторонний отчет о гарантийных случаях с УО.

Результат: Двусторонний отчет УО и Подрядной организации о гарантийных случаях.

Прогноз ожидаемых результатов

По итогу Программа становится качественной ступенью в создании новой городской среды с оборудованными придомовыми территориями, где Управляющие организации действительно заботятся о жителях, создают благоустроенную окружающую среду, поддерживают их инициативы и вовремя выполняют свои главные функции.

Так изменится ситуация:

Текущее состояние	Прогноз результата
УО минимизируют взаимосвязь с жителями	УО самостоятельно взаимодействуют с жителями по вопросам улучшения Программы
УО не хотят взаимодействовать с Программой	УО самостоятельно предлагают меры улучшения Программы
Нет территории для досуга жителей	Есть пространство для отдыха
Неудобная инфраструктура, некачественное оборудование на придомовых территориях	Интуитивное комфортное использование всей придомовой территории с надежным наполнением
УО не реагируют на частые единоразовые запросы жителей	Оперативная реакция на заявки и реальные изменения в пространстве
УО обособлены от других сегментов аудитории, принимают решения только согласно своему опыту	Комплексное взаимодействие со всеми сегментами аудитории Программы
УО воспринимают рекомендации сторонних организаций как неэффективный дополнительный блок работ	УО видят, как методики Программы повышают эффективность, и оптимизируют рабочее взаимодействие, и внедряют их в свои рабочие процессы

Руководство по работе
с управляющими организациями

Необходимые ресурсы
В таблице отображено рекомендуемое материальное обеспечение, которое необходимо для реализации Программы.

Ресурс	Количество
Ноутбук для показа презентаций	1
Проектор	1
Экран для проектора	1
Кликер для переключения слайдов	1
Флипчарт с блокнотом	1
Маркеры	4
Доска для фасилитации	1
Клей для доски фасилитации	1
Стикеры	2 – 3 упаковки
Стулья	100 – 130
Столы	15 – 30
Колонки	1 – 2

Руководство по работе
с управляющими организациями

Ресурс	Количество
Радиомикрофон	2 – 3
Пульт управления звуком	1
Распечатка схем и карт	1
Протоколы	1
Раздаточные материалы	по количеству жителей
Фото/видеокамера, штатив	1
Распечатанные анкеты	100 – 130
Ручки	105 – 135
Одноразовые стаканчики	120 – 150
Вода в кулере/бутылках	1 – 150

Правила содержания оборудования и покрытий детских игровых площадок

№	Задачи	Цель	Ежедневно	Ежемесячно	Ежеквартально	Ежегодно
1.	Визуальный осмотр детского оборудования	Обнаружить очевидные неисправности и посторонние предметы, представляющие опасность	+			
2.	Функциональный (детальный) осмотр детского оборудования	Выявление износа элементов конструкции оборудования			+	
3.	Основной осмотр детского оборудования	Оценка соответствия технического состояния оборудования требованиям безопасности				+
4.	Обеспечение чистоты оборудования и покрытий	Удаление битого стекла, обломков и загрязнителей	+			
5.	Восстановление песчаного покрытия	Корректировка уровня или замена покрытий				+

Издатель:
Фонд «Институт развития городов
Республики Татарстан»

Авторы:
Команда «Наш двор»

Редакторы:
Арина Кистанова
Константин Каминский

Дизайн и верстка:
500na700

Корректоры:
Александр Молчанов
Кристина Захезина

Фотографии:
Даниил Шведов