

**Бланк-заявка пропозиції (проекту), реалізація якої відбуватиметься за рахунок коштів громадського бюджету (бюджету участі) у місті Чернігові на 2022 рік та список мешканців міста Чернігова, які підтримують цю пропозицію (проект)**

<b>Ідентифікаційний номер проекту</b> (вписує уповноважений робочий орган )	<b>71</b>
--	-----------

**Примітка:** пункти, зазначені „\*” є обов'язковими для заповнення!

**1.\* Назва проекту (не більше 15 слів):**

Інформаційна кампанія щодо вакцинації від COVID-19 «Чернігів. Вакцинація»

**2.\* Вид проекту (необхідно підкреслити і поставити знак „х”, який вказує тип проекту):**

проект: + малий  великий

**Проект буде реалізовано на території міста Чернігова (впишіть назву житлового масиву/мікрорайону):**

На території всього міста (підприємства, 3 міські лікарні (поліклініки), 2 дитячі поліклініки, 2 пересувних пункти)

**3.\* Адреса, назва установи/закладу, будинку:**

На території всього міста (підприємства, 3 міські лікарні (поліклініки), 2 дитячі поліклініки, 2 пересувних пункти)

**4.\* Короткий опис проекту (не більше 50 слів)**

Інформаційна кампанія щодо важливості вакцинування від COVID-19, яка включатиме роботу вуличних інформаційних пунктів, стаціонарних інформаційних пунктів у медичних закладах, рекламу та інформаційні матеріали у ЗМІ.

**5. Опис проекту (примітка: опис проекту не повинен містити вказівки на суб'єкт, який може бути потенційним виконавцем проекту):**

Планується створити комплексну інформаційну кампанію, метою якої буде підвищення обізнаності населення про процес вакцинації у місті, формування усвідомленого ставлення громади до вакцинації COVID-19:

- інформаційні пункти (консультація спеціаліста, стенд, флаєри) в медичних закладах міста (5 медичних закладів);

- пересувні інформаційні пункти по місту (консультація спеціаліста та інформаційні матеріали в 2 пунктах в палатках за окремим графіком в різних мікрорайонах міста);

- інформаційні матеріали для закладів/підприємств/організацій (охоплено 30 шт.);

- соціальна реклама у ЗМІ (телебачення 2 відеоролики, 2 розгорнуті виступи спеціалістів, інші медіа (в т.ч. онлайн – 10 інформаційних матеріалів);

- тренінги для медичних працівників щодо покращення знань з вакцинації (5 медичних тренінгів) та особливостей комунікації з пацієнтами щодо вакцинації (5 психологічних тренінгів).

Під час кампанії буде розроблено ряд роздаткових інформаційних матеріалів (флаєри 2 види, плакат 2 види) для поширення серед населення.

#### **6.\* Інформація стосовно доступності (результатів) проекту для мешканців міста Чернігова у разі його реалізації:**

*(примітка: інформація щодо доступності може стосуватися, наприклад, годин роботи об'єкту, можливої плати за користування, категорії мешканців, які зможуть і які не зможуть користуватись результатами реалізації даного проекту)*

Інформування буде безкоштовним та надаватиметься всім мешканцям міста. Планується охопити 30 робочих колективів, 50 медичних працівників, а також загальне населення міста. Робота інформаційних пунктів буде проводитись за окремим графіком.

#### **7. Обґрунтування необхідності реалізації проекту, а також його бенефіціари** *(основна мета реалізації проекту; проблема, якої воно стосується; запропоновані рішення; пояснення, чому саме це завдання повинно бути реалізоване і яким чином його реалізація вплине на подальше життя мешканців; основні групи мешканців, які зможуть користуватись результатами реалізації завдання)*

Чернігівщина має один з найнижчих темпів вакцинації від COVID-19 (22 314 чол. Станом на 27.05.2021). Поряд з такими складнощами процесу вакцинування, як обмеження виробничих потужностей вакцин від COVID-19 у світі, невідомі можливі об'єми закупівель, складність організації державних закупівель та загалом процесу вакцинації є ще одна велика проблема, яка, навіть за усунення всіх інших складнощів та максимально сприятливих умов може стати глобальною перешкодою для вакцинації. Це – низька довіра населення до національної програми імунопрофілактики, якості вакцин та процесу вакцинації загалом. Як свідчать дані опитування

соціологічної групи "Рейтинг", проведеного наприкінці листопада 2020 року, 40% українців не хочуть робити щеплення від COVID-19, навіть якщо вакцина буде безкоштовною. Серед причин: недостатність достовірної інформації про переваги вакцинації, часто недовіра медичних працівників до вакцинації сучасними вакцинами від COVID-19, поширення недостовірної інформації та міфів, антивакцинальна кампанія. Водночас експерти зазначають, що необхідно вакцинувати від 75% до 95% (в залежності від наявного виду вакцин) дорослого населення, щоб виробити колективний імунітет та зупинити спалахи вірусу COVID-19.

Тому цілеспрямоване та системне інформування населення міста щодо вакцинації від COVID-19 є надважливим для всієї громади міста.

**8.\* Орієнтовна вартість (брутто) проекту (всі складові проекту та їх орієнтовна вартість)**

<b>Складові завдання</b>	<b>Орієнтовна вартість (брутто), грн</b>
1. Оплата праці консультанта в пересувних пунктах (2 спеціалісти*60 виїздів*300 грн.)	36000
2. Оплата праці консультантів в медичних закладах (5 спеціалістів*52*300 грн.)	78000
3. Оплата праці тренерам (2 тренери*10 тренінгів*1500 грн.)	30000
4. Оплата праці дизайнера (2 інформаційні брошури + 2 плакати)	2500
5. Транспортні витрати на таксі для виїздів пересувного пункту (60 виїздів*2*2*70 грн.)	16800
6. Стіл з табуретками (2 комплекти)	6000
7. Намет (2 шт.)	15000
8. Друк брошур (2 різні види брошур по 10000 шт.)	20000
9. Друк плакатів (2 різні види штук по 500 шт.)	20000
10. Зйомка та монтаж соціальної відеореклами (2	20000

шт.*10000 грн.)	
11. Кава-брейк (тренінгів для медичних працівників), (50 чол.*70 грн.*2 види тренінгу)	7000
12. Канцелярія для тренінгів	2500
<b>РАЗОМ:</b>	<b>253800</b>

**9.\* Список з підписами щонайменше 15 громадян України, які належать до територіальної громади міста Чернігова, мають право голосу та підтримують цю пропозицію (проект) (окрім його авторів), що додається.** Кожна додаткова сторінка списку повинна мати таку ж форму, за винятком позначення наступної сторінки (необхідно додати оригінал списку у паперовій формі).

**10.\* Контактні дані авторів пропозиції (проекту), які будуть загальнодоступні, у тому числі для авторів інших пропозицій, мешканців, представників ЗМІ, з метою обміну думками, інформацією, можливих узгоджень і т.д. (необхідне підкреслити):**

а) висловлюю свою згоду на використання моєї електронної адреси sergejdatel@gmail.com для зазначених вище цілей

**Підпис особи, що дає згоду на використання своєї електронної адреси .....**

б) не висловлюю згоди на використання моєї електронної адреси для зазначених вище цілей.

Примітка:

**Контактні дані авторів пропозицій (проектів) (тільки для Чернігівської міської ради), вказуються на зворотній сторінці бланку-заявки, яка є недоступною для громадськості.**

**11. Інші додатки (якщо стосується):**

- а) фотографія/ї, які стосуються цього проекту,
- б) мапа з зазначеним місцем реалізації проекту,
- в) інші, суттєві для заявника проекту, які саме?

.....