

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «ЦЕНТР  
ПОДДЕРЖКИ И ПРОДВИЖЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ, ГОСУДАРСТВЕННЫХ  
И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ "ОБРАЗ  
БУДУЩЕГО»

# Конкурс мини-грантов для СО НКО 2024

образ <sup>36</sup>  
будущего



**АНО «Образ Будущего»** - грантооператор конкурсов для социально ориентированных некоммерческих организаций Воронежской области при софинансировании Фондом президентских грантов в 2024 году

# Конкурс мини-грантов

- Поддержка социальных проектов в интересах Воронежской области и ее жителей.
- Размер поддержки – до 500 000 рублей.
- Проекты могут быть реализованы с 10 декабря 2024 года по 31 октября 2025 года.

# Грантовые направления

СО НКО может представить на конкурс проект по одному из направлений:

- социальное обслуживание, социальная поддержка и защита граждан;
- охрана здоровья граждан, пропаганда здорового образа жизни;
- поддержка молодежных проектов;
- поддержка семьи, материнства, отцовства и детства;
- сохранение исторической памяти;
- поддержка проектов в области культуры и искусства;
- охрана окружающей среды и защита животных;
- укрепление межнационального и межрелигиозного согласия;
- развитие институтов гражданского общества и местных сообществ.

# Проект

- комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на достижение уникальных результатов в условиях временных и ресурсных ограничений

*(из Положения об организации проектной деятельности в Правительстве РФ)*



# Отличия текущей деятельности организации от проекта

## Текущая деятельность

Не ограничена по времени

**Цель:** обеспечить бесконечно длительную работу организации

**Результат:** типовый продукт или услуга

Все процессы отработаны

## Проектная деятельность

Ограничена по времени

**Цель:** достижение конкретного результата, выполнение цели

**Результат:** уникальный продукт или услуга

Используются новые подходы или методы

# Социальный проект

создается для решения проблемы или удовлетворения потребности конкретных людей (целевой группы)

Потребность/  
проблема  
целевой  
группы

ПРОЕКТ

Потребность  
удовлетворена  
/проблема  
решена



**Для чего  
создается  
социальный  
проект**



**Целевая группа проекта – конкретные люди**

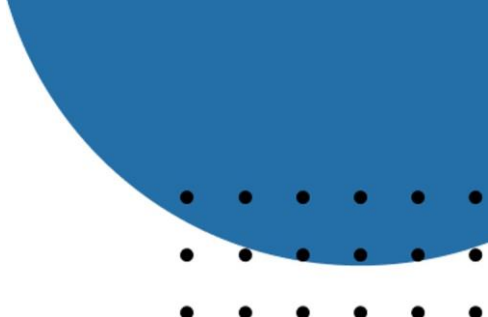
**Эти люди объединены какой-либо проблемой или потребностью**

**В ходе реализации проекта с целевой группой происходят изменения**

**В результате реализации проекта изначальная потребность или проблема частично или полностью устранена**

# Карта проекта





**Приступим к разработке  
социального проекта**

# Целевая группа проекта

Самое важное в проекте — **люди**. Те, на которых будут направлены мероприятия проекта, те, кто ощутит на себе социальный эффект положительных изменений по итогам его реализации. Чтобы эффективно помочь им, нужно очень хорошо понимать, кто они, и в чем заключается их потребность или проблемная ситуация, в которой они находятся — **что и у кого мы будем менять**.

Поэтому важно **описать целевую группу** своего проекта максимально точно. Давайте посмотрим на несколько примеров и попытаемся понять, каких ошибок нужно избежать при формулировании целевой группы.

1. Очень часто нам кажется, что от нашего проекта выиграют буквально все. Поэтому иногда мы склонны «записывать» в целевую группу всех, кто хоть как-то причастен к проекту. **Если у нас будет несколько целевых групп**, то дальше нам нужно для каждой из этих групп определить и обосновать проблему; на решение каждой проблемы будет направлена своя цель, поэтому целей будет несколько; если будет несколько целей, то, соответственно, будет очень много задач и нелегко много мероприятий. Таким образом у нас получится несколько проектов в одном.
2. Или другой пример. Люди, участвующие в проекте, **должны быть объединены общей проблемой или потребностью**, а также **иметь общие социально-демографические характеристики**: пол, возраст, социальное положение, территорию проживания.
3. Целевая группа **недостаточно конкретизирована**. Например, люди с ограниченными возможностями – слишком широкая группа. Здесь необходимо более конкретно описать людей, с которыми предполагается работать в проекте, чтобы точно удовлетворить их потребности.



# Целевая группа проекта

Нам кажется, что от нашего проекта пользу получат все

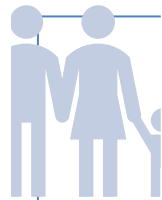
**Целевая группа – всегда одна группа людей**

Чтобы правильно выбрать целевую группу, ответьте на вопросы:

Кому Вы хотите помочь больше?

С кем Вам интереснее работать?

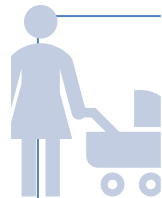
Чья проблема в данный момент важнее?



Семьи с тремя и более детьми?



Молодежь в возрасте от 18-25 лет, обучающаяся в учебных заведениях города и районах области?



Беременные женщины на любом сроке беременности в возрасте от 18 лет и старше, имеющие двух и более детей?



Подростки от 13-17 лет, обучающаяся в учебных заведениях города и районах области?

**Семьи с тремя и более детьми**

# Целевая группа проекта

У целевой группы одна  
общая проблема или  
потребность

У целевой группы есть общие  
социально-демографические  
характеристики

Обучающиеся 15-18 лет, интересующиеся  
экологическими проблемами

Обучающиеся 15-18 лет г. Борисоглебска,  
интересующиеся экологическими  
проблемами

Семьи с тремя и более детьми,  
находящиеся в трудной жизненной  
ситуации

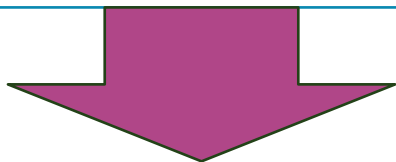
Семьи с тремя и более детьми,  
находящиеся в трудной жизненной  
ситуации, нуждающиеся в материальной  
поддержке

Инвалиды по слуху, желающие освоить  
профессию и трудоустроиться

Инвалиды по слуху 18-40 лет, желающие  
освоить профессию и трудоустроиться

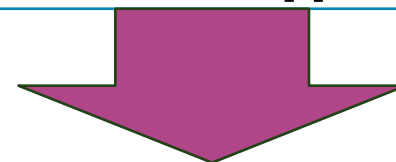
# Целевую группу необходимо описывать конкретно

## Пожилые



**40 одиноких престарелых  
граждан, потерявших  
способность к  
самообслуживанию,  
проживающих в Доме-  
интернате для престарелых**

## Люди с инвалидностью



**Лица с ментальной  
инвалидностью 18-40 лет,  
проживающие в  
Петропавловском районе,  
в количестве 20 человек**

# Постановка проблемы

# Формула проблемы



**Проблема = Целевая группа + Поведение**

(наблюдаемое действие)



Проблема должна быть раскрыта через людей - целевую группу, и целевая группа должна быть на первом плане

**Проблема** — это состояние целевой группы, при котором в жизни людей что-то не так, и мы хотим, чтобы было по-другому.

**Проблема должна быть одна!**

## Примеры

| Неправильно ❌                                                              | Правильно ✅                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Отсутствуют условия для активного участия людей с ОВЗ в общественной жизни | Люди с ОВЗ не принимают активного участия в общественной жизни          |
| В с. Отрадное отсутствуют возможности обучения гончарному ремеслу          | Жители с. Отрадное не имеют возможности обучаться гончарному мастерству |
| В школах не преподают краеведение                                          | Школьники не знают историю родного края                                 |

# Постановка гипотезы о целевой группе и ее проблеме

Важно помнить, что **ваше представление о целевой группе** и ее потребности, **скорее всего, только гипотеза**

Когда мы формулируем гипотезу о проблеме и целевой группе, помним:

- целевая группа должна быть одна
- проблема/потребность должна быть одна
- должна присутствовать логическая связь между изначальной идеей и гипотезой
- в гипотезе о проблеме не должно быть инструмента

# Пример

## Идея:

Создать и показать школьникам увлекательные ролики об экологии

## Гипотеза о целевой группе и ее проблеме:

Школьники сидят целыми днями в гаджетах, не умеют общаться со сверстниками и не смотрят документальные фильмы про охрану окружающей среды

# Пример гипотезы о целевой группе и ее проблеме

**Неверно**

Школьники сидят целыми днями в гаджетах, не умеют общаться со сверстниками и не смотрят документальные фильмы про охрану окружающей среды

**Верно**

Школьники 5-7 классов с. Смаглеевка Воронежской области не знают, почему важно заботиться об окружающей среде и как нужно это делать

# Качественный результат нужно описывать **максимально подробно**

## Неверно

Обучающиеся 15-18 лет г.  
Борисоглебска приобщились к  
экологичному образу жизни

## Верно

50 обучающихся 15-18 лет г.  
Борисоглебска Воронежской области  
узнали о важности охраны природы,  
научились сортировать мусор,  
организовали 4 субботника, что  
позволило очистить от мусора берег  
реки и лесополосу

# Обоснование социальной значимости должно подтверждаться исследованием

*Отсутствие предварительного исследования может привести к  
недостаточному пониманию проблемы целевой группы, неправильному  
планированию, дублированию инициатив на территории*

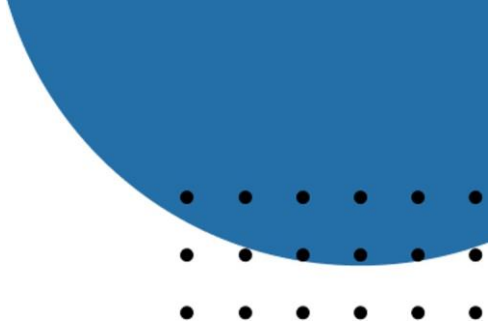
# Что необходимо узнать в процессе исследования ?

## Сначала подтверждаем

- Точно ли моя целевая группа такая, какой я ее себе представляю?
- Точно ли у нее есть та проблема/потребность, которую я предполагаю? На основании чего я делаю этот вывод?

## Затем уточняем

- Сколько представителей целевой группы на территории реализации проекта?
- Каковы причины существования этой проблемы/потребности?
- Как сама целевая группа сейчас решает проблему? Чего в этих решениях недостаточно?
- Как эта проблема еще решается на территории реализации?



# **Методы обоснования социальной значимости проекта**

# Метод «Наблюдение»

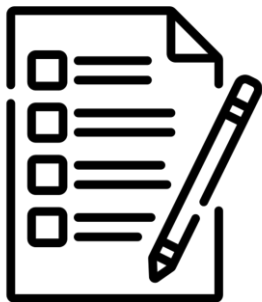
(Пойти посмотреть)



- **посмотреть**, как люди участвуют в уже реализуемых проектах, и **проанализировать полученные данные**;
- **послушать**, о чем говорят участники проекта друг с другом;
- **наблюдать** можно **не только за целевой группой**, но и за деятельностью других организаций в этой теме.

# Метод «Опрос»

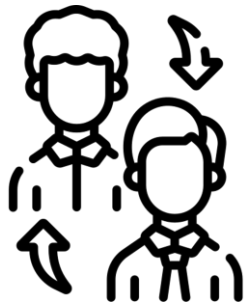
(Узнать факты)



- **проверить факты, объективные вещи,** которые не интерпретируются, например, знания или интересы
- **важно задавать правильные вопросы,** которые не будут подводить людей к нужным вам ответам, а покажут действительную картину

# Метод «Глубинное интервью»

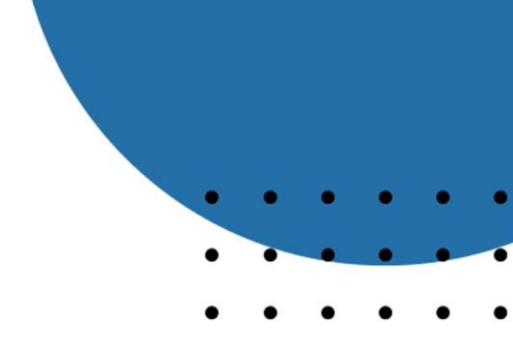
(Пойти поговорить)



- **продолжительная беседа**, в ходе которой вы общаетесь **один на один** с человеком и расспрашиваете его о том, что ему интересно



Чтобы  
провести  
исследование,  
необходимо:

- 
- **составить список** всего, что нам нужно узнать о целевой группе и проблеме;
  - **выбрать инструменты**, с помощью которых мы получим эту информацию;
  - **составить список вопросов для опроса** и глубинных интервью

# Разберем примеры

## Идея

Обучать подростков (11-15 лет)  
дворовому футболу

### Что нужно узнать?

Хотят ли дети заниматься  
дворовым футболом, есть ли во  
дворах условия, хотят ли родители,  
чтобы их дети занимались  
дворовым футболом

## Гипотеза

Подростки (11-15 лет),  
проживающие в поселке Н., мало  
занимаются спортом

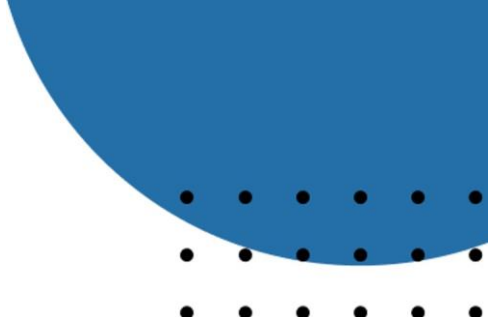
### Что нужно узнать?

Сколько подростков 11-15 лет в поселке Н.?  
Как они проводят свободное время? Есть ли  
оно у них? Действительно ли они мало  
занимаются спортом? Если занимаются, то  
каким? Есть ли спортивные секции в  
поселке Н.? Занимаются ли родители  
спортом вместе с детьми? Есть ли другие  
НКО в спортивной тематике?



## Планируем исследование:

- 
- Сбор статистики о количестве подростков;
  - Опрос для родителей;
  - Опрос для детей;
  - Серия глубинных интервью;
  - Поиск в сети «Интернет» других НКО в спортивной тематике, и если они есть, то изучить какие услуги они предлагают;
  - Поиск коммерческих спортивных секций;
  - Поиск инициативных групп;
  - Наблюдение за тем, гуляют ли подростки во дворах, как часто и чем занимаются.



# Типичные ошибки в опросах и интервью

## Ошибка № 1 «Продавать» свой проект

При проведении опросов потенциальной целевой аудитории проекта некорректно предлагать идею проекта, тем самым подводить статистику к нужному результату.

Пример:

**Неверно**

*Вы поддерживаете идею кружка для детей по самообороне в с. Смаглеевка, чтобы они не сидели в гаджетах?*

*Вопрос внушает респонденту, что кружок является положительным решением, предполагая негативное отношение к гаджетам*

**Верно**

*Как Вы относитесь к созданию кружка для детей по самообороне в с. Смаглеевка?*

*Этот вопрос нейтрален и позволяет респонденту высказать собственное мнение*

## Ошибка № 2

### Задавать закрытые вопросы в глубинных интервью

#### Закрытые вопросы:

- ориентированы на проверку фактического знания;
- направляют мысль интервьюируемого;
- предполагают однозначный ответ.

#### Пример:

### Неверно

- Футбол – это хороший спорт для детей?
- Красный – цвет этого сезона?

*Такие вопросы навязывают конкретное мнение и не дают респонденту развернуто ответить*

### Верно

- Какие виды спорта, по Вашему мнению, наиболее полезны для детей? Почему?
- Какое значение, на Ваш взгляд, имеет красный цвет в моде этого сезона?

*Такие вопросы побуждают респондента делиться мыслями и объяснять свою позицию*

## Ошибка № 3

Спрашивать про  
гипотетическое  
будущее

В данном случае мы описываем предполагаемую ситуацию, которая может случиться в **будущем**, но этот факт не является истинным или доказуемым. Спрашивая респондентов о том, как они поступили бы в гипотетической ситуации, мы можем получить ответы, которые не отражают их реального поведение.

**Пример:**

**Неверно**

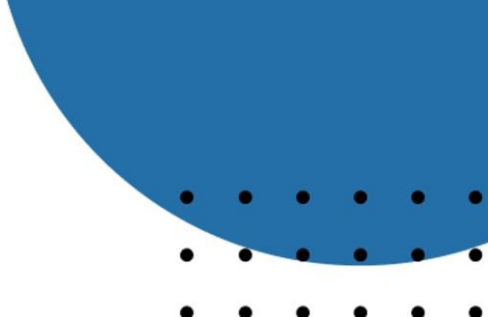
*Если бы у нас был  
коворкинг для молодежи в  
библиотеке, мы бы  
получили начитанных  
детей?*

*Такие вопросы предполагают  
гипотетическую ситуацию,  
которая далека от реальности*

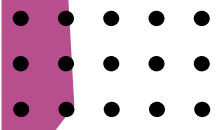
**Верно**

*Какие возможности для  
обучения и общения  
молодежи Вы считаете  
наиболее востребованными  
в нашем районе?*

*Такие вопросы фокусируются  
на текущих потребностях и  
предпочтениях респондентов,  
что дает более точную  
информацию для анализа*

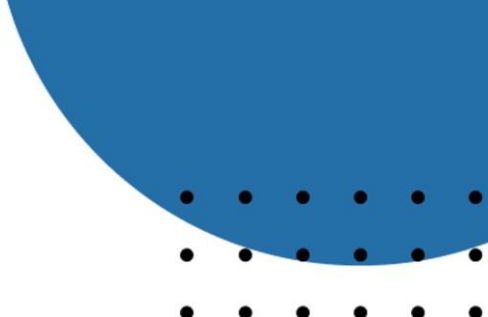


# Подтверждение актуальности целевой группы



## Описание проблемы целевой группы, обоснование социальной значимости проекта

- **Сформулируйте целевую группу проекта максимально конкретно;**
- **Предварительно узнайте и укажите в заявке количество представителей целевой группы на территории реализации проекта;**
- **Укажите с каким количеством человек из этой целевой группы вы собираетесь работать в проекте;**
- **Опишите проблему емко и конкретно;**
- **Укажите основные причины этой проблемы;**
- **Изучите и опишите, как сама целевая группа пытается решить проблему, либо кто еще помогает целевой группе решить проблему на территории и почему этого недостаточно для целевой группы;**
- **Покажите, как результаты ваших предыдущих проектов подтверждают наличие указанной проблемы у целевой группы и вкладываются в обоснование необходимости реализации данного проекта.**



# Результат социального проекта



Главным результатом социального проекта **являются изменения** у запланированного количества человек в решении их проблемы (потребности)

# Формула **результата**



**Результат = Число + Целевая группа + Поведение**

(наблюдаемое действие)



**100 обучающихся 15-18 лет г. Борисоглебска сдали  
нормативы ГТО**

## Пример

### Проблема:

Работающие женщины в возрасте от 25 до 45 лет, имеющие детей, не проводят свой досуг интересно.

### Результат:

*Создан досуговый центр, в котором женщины могут оставить детей под присмотром и заняться йогой и оздоровительными практиками.*

# Проверка по чек-листу

## **ПРОБЛЕМА:**

Работающие женщины в возрасте от 25 до 45 лет, имеющие одного или более детей, не проводят свой досуг интересно

## **РЕЗУЛЬТАТ:**

Создан досуговый центр, в котором женщины могут оставить детей под присмотром и заняться йогой и оздоровительными практиками

Результат отражает изменения в состоянии целевой группы



Формула результата «Результат = Целевая группа + предполагаемое действие» соблюдена



Результат соответствует проблеме



Результат не является созданием инструмента решения проблемы



# Пример

## Было

### **ПРОБЛЕМА:**

Работающие женщины в возрасте от 25 до 45 лет, имеющие одного или более детей, не проводят свой досуг интересно

### **РЕЗУЛЬТАТ:**

Создан досуговый центр, в котором женщины могут оставить детей под присмотром и заняться йогой и оздоровительными практиками

## Стало

### **ПРОБЛЕМА:**

Работающие женщины в возрасте от 25 до 45 лет, имеющие одного или более детей, не проводят свой досуг интересно

### **РЕЗУЛЬТАТ:**

Не менее 40 женщин проводят свой досуг интересно

# Проверка по чек-листу

## ПРОБЛЕМА:

Работающие женщины в возрасте от 25 до 45 лет, имеющие одного или более детей, не проводят свой досуг интересно

## РЕЗУЛЬТАТ:

не менее 40 женщин проводят свой досуг интересно

| Результат отражает изменения в состоянии целевой группы                             | ✓ |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---|
| Формула результата «Результат = целевая группа + предполагаемое действие» соблюдена | ✓ |
| Результат соответствует проблеме                                                    | ✓ |
| Результат не является созданием инструмента решения проблемы                        | ✓ |
| Конкретен ли результат?                                                             | ✓ |
| Достижим ли этот результат в рамках проекта?                                        | ✓ |
| Можем ли мы измерить достижение этого результата?                                   | ✓ |

Результат проекта — это всегда про изменения у целевой группы.

Между проблемой и результатом должна быть **прямая связь**. Они должны быть **равнозначны**.

Результат должен быть **конкретным**. Для этого его важно расшифровывать.

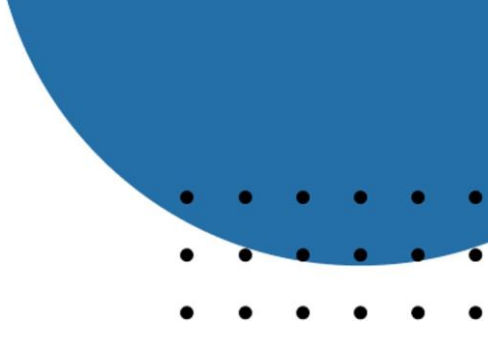
На этапе формулирования результата нужно понять, как его можно будет измерить и оценить.

## Примеры:

| Неправильно         | Правильно                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 50 людей с ОВЗ стали принимать активное участие в общественной жизни                                 | 50 людей с ОВЗ вовлечены в общественную жизнь: прошли обучение навыкам технических профессий, научились составлять резюме, проходить собеседование с работодателями. 12 человек трудоустроены. |
| 40 женщин получили знания и навыки предпринимательской деятельности, что позволит увеличить их доход | 40 женщин получили знания и навыки, благодаря которым у 70% участниц доход от предпринимательства увеличился минимум на 30%.                                                                   |
| Подростки 12-15 лет, проживающие в селе, стали заниматься спортом                                    | Подростки 12-15 лет, проживающие в селе, регулярно занимаются футболом, улучшили показатели физической подготовки на 30 %                                                                      |



## Измерение качественного результата

- 
- Продумайте, каким способом вы будете измерять произошедшие изменения
  - Опишите метод измерений в «Ожидаемые результаты проекта»
  - Добавьте мероприятия по измерению изменений в календарный план проекта

## Результат проекта

(отражение в  
заявке)

### Количественный

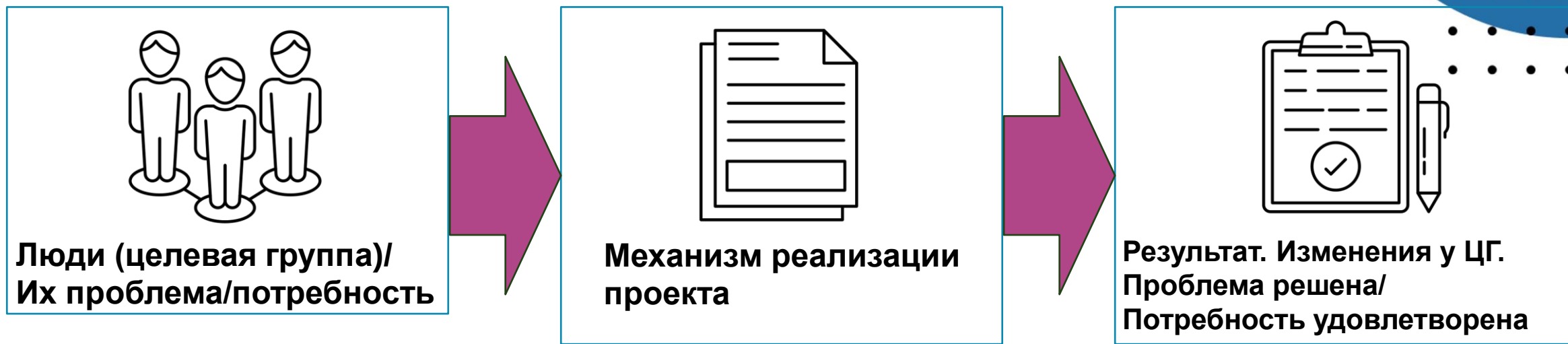
- Сколько представителей целевой группы приняло участие в мероприятиях проекта (охвачено мероприятиями проекта)?
- Это количество будет равно сумме людей из целевой группы, принявших участие во всех мероприятиях календарного плана

### Качественный

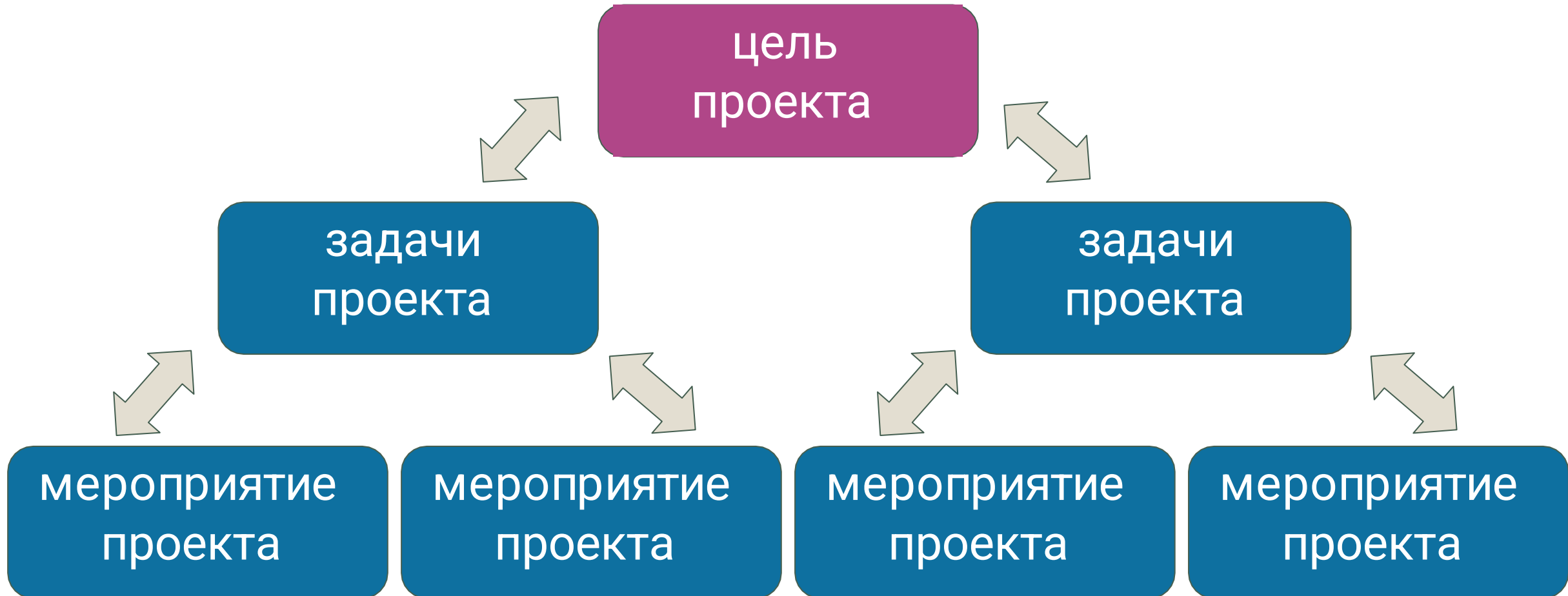
- Какие конкретные измеримые улучшения произошли у целевой группы, принявшей участие в мероприятиях проекта (получили навыки, улучшили здоровье, стали обеспечены предметами первой необходимости)?

# Разработка мероприятий проекта

# Социальный проект



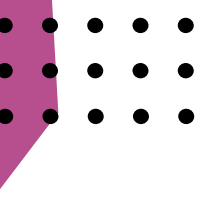
# Схема проекта





**Цель** проекта можно разбить на  
**задачи**, а задачи на **мероприятия**

при этом конкретное **мероприятие**  
приводит к выполнению **задачи**,  
а задача - к выполнению **цели**



# Цель проекта

**Цель** проекта отражает **переход** от проблемы к результату целевой группы

Цель проекта



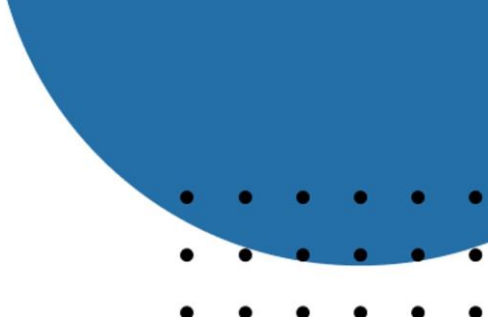
Есть сейчас

Проблема

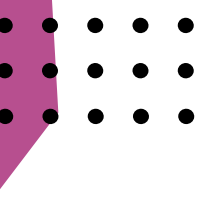
Должно быть

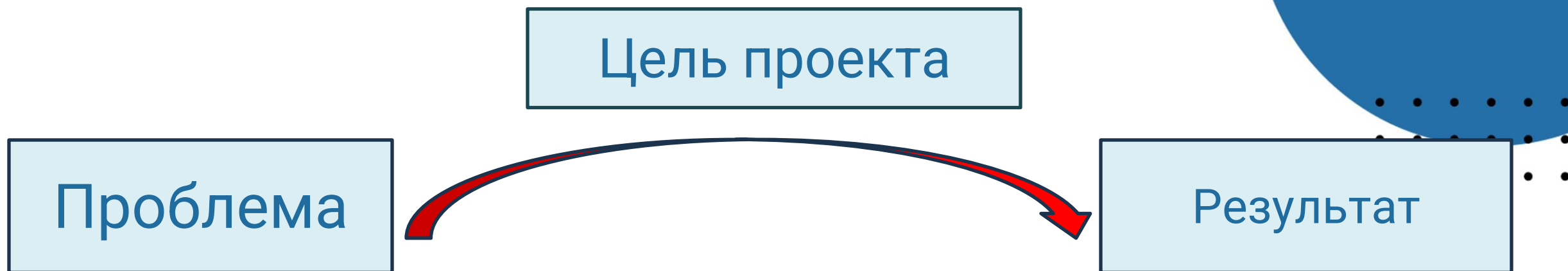
Результат

Чтобы сформулировать цель, необходимо ответить на вопрос : «Что нужно сделать, чтобы ПРОБЛЕМА превратилась в РЕЗУЛЬТАТ?»



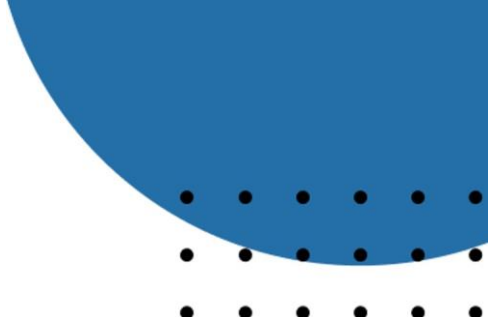
**Фразы «создать условия», «дать возможности», «содействовать» — не лучшие формулировки для цели проекта. Они показывают, что нечто будет сделано, но не отражают того, что изменения с целевой группой действительно случатся.**





## Примеры

| Проблема                                                                                                     | Цель проекта                                                                                                 | Результат                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Школьники 5-7 классов не знают историю, традиции и культуру родного края                                     | Приобщить школьников 5-7 классов к изучению истории родного края, его традиций и культуры                    | 300 школьников 5-7 классов познакомились с историей, традициями и культурой родного края, приняли участие в экскурсиях            |
| Дети средних классов мало читают художественную литературу                                                   | Увлечь детей средних классов регулярным чтением художественной литературы                                    | У 50 детей средних классов появился интерес к чтению художественной литературы, они стали регулярно читать книги по своему выбору |
| Подростки, проживающие в социальных учреждениях, не умеют распознавать свои эмоции и безопасно их проявлять. | Научить подростков, проживающих в социальных учреждениях, распознавать свои эмоции и безопасно их проявлять. | 80 подростков, проживающих в социальных учреждениях, научились распознавать свои эмоции и безопасно их проявлять.                 |

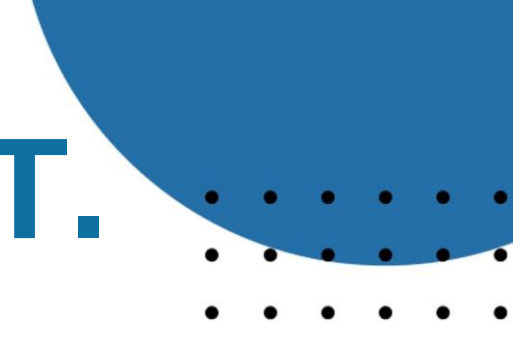


# **S.M.A.R.T. подход к целеполаганию проекта**

# Пример цели по S.M.A.R.T.

Научить 60 детей начальных классов Ольховатского района правилам безопасного поведения на улице до 1 ноября 2024 года

# Целеполагание по S.M.A.R.T.

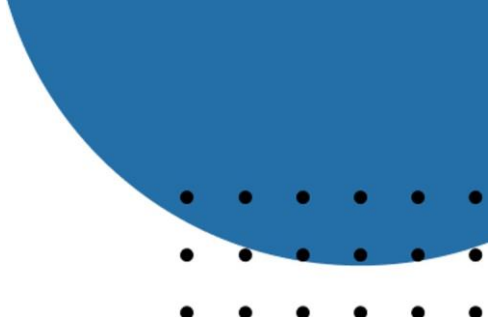


Научить 60  
детей начальных  
классов  
Ольховатского  
района правилам  
безопасного  
поведения на улице  
до 1 ноября 2024  
года

(Specific) - конкретная. Цель должна быть чёткая.

Нужно конкретно знать: кто должен её выполнять и кто должен быть вовлечён в проект? Что я хочу сделать и почему?

# Целеполагание по S.M.A.R.T.

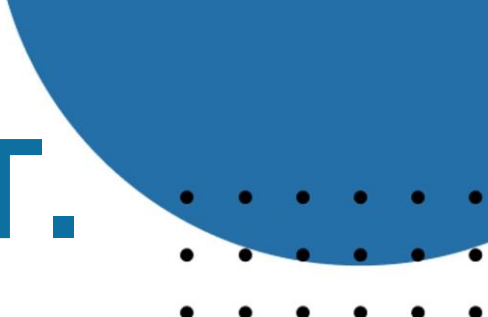


**Научить 60  
детей начальных  
классов  
Ольховатского  
района правилам  
безопасного  
поведения на улице  
до 1 ноября 2024  
года**

**(Measurable)** – измеримая.  
Важно найти критерии для  
определения достижимости  
цели.

У команды проекта всегда  
должна быть возможность  
проконтролировать процесс  
выполнения, в противном случае  
цель теряет смысл.

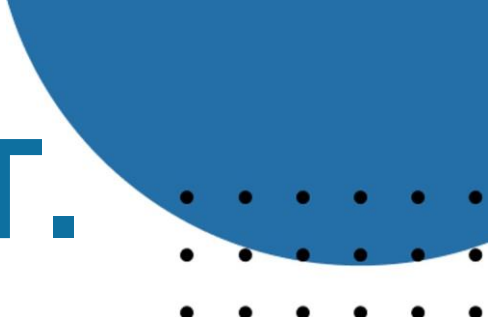
# Целеполагание по S.M.A.R.T.



**Научить 60  
детей начальных  
классов  
Ольховатского  
района правилам  
безопасного  
поведения на улице  
до 1 ноября 2024  
года**

**(Achievable)** - достижимая. При постановке цели необходимо быть уверенным, что она достижима лично для команды. Однако важно ставить цели таким образом, чтобы они были на грани возможности (т.е. выходить из зоны комфорта). Если сказать коротко - "сложно, но возможно".

# Целеполагание по S.M.A.R.T.

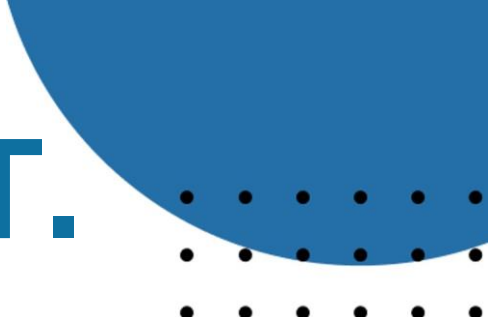


**Научить 60  
детей начальных  
классов  
Ольховатского  
района правилам  
безопасного  
поведения на улице  
до 1 ноября 2024  
года**

(Revelant) – ориентированная на  
на общий результат.

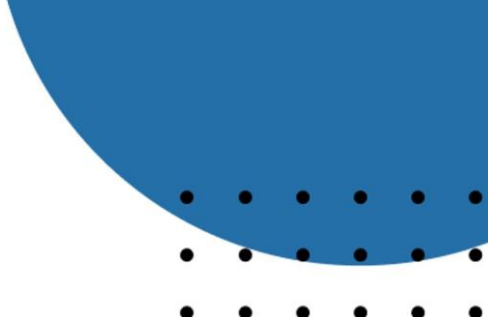
Подходит ли данная цель под  
тот результат, который  
решает задачи нашего проекта  
или нет? Результат – это  
мотивация, это то, чего  
хочется достичь.

# Целеполагание по S.M.A.R.T.



**Научить 60  
детей начальных  
классов  
Ольховатского  
района правилам  
безопасного  
поведения на улице  
до 1 ноября 2024  
года**

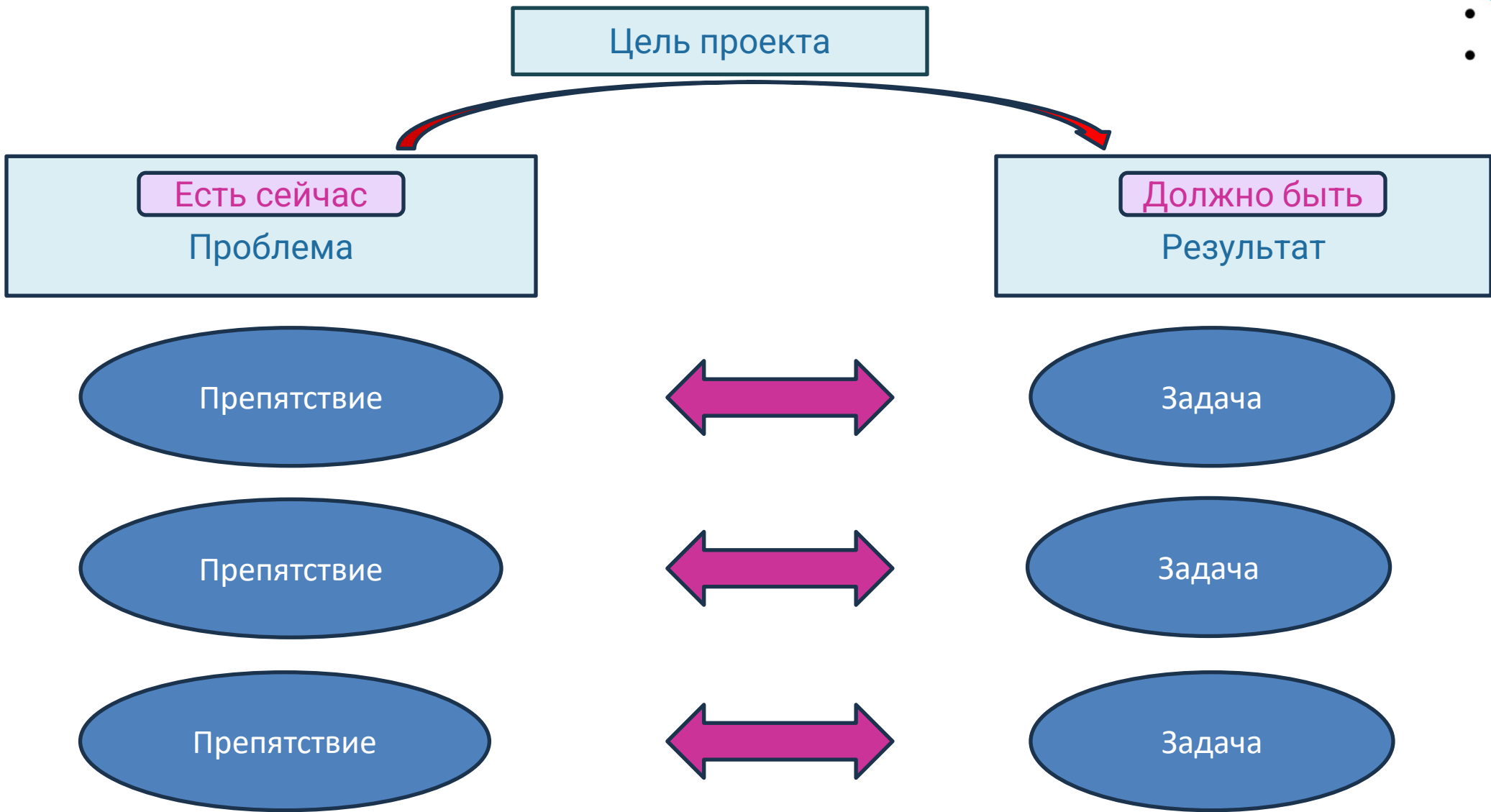
**(Timed)** – ограниченная  
временными рамками.  
Необходимо зафиксировать  
отрезок времени, за который  
цель должна быть достигнута.



**Цель проекта  
должна быть одна!**

# Задачи проекта

**Задача** — это выбор направления наиболее эффективного решения проблемы. Задачи устраняют составляющие проблемы, ее причины, препятствия на пути к ожидаемому результату.



# Последовательность работы с задачами



**Оптимальное количество задач -  
от 3 до 5**

# В задачи проекта **НЕ** входят:

- Первичный сбор команды
- Лишние задачи, не входящие в деятельность проекта (например, патриотическое воспитание, если проект подразумевает организацию досуга)
- Определение плана реализации проекта
- Сбор средств спонсоров
- Сдача отчетности в АНО “Образ Будущего”

# Пример

## Препятствие

Люди с инвалидностью не знают, какую профессию можно освоить в их ситуации

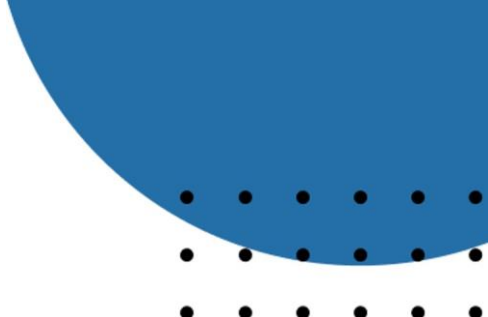
Люди с инвалидностью сомневаются в возможности трудоустроиться

## Задача

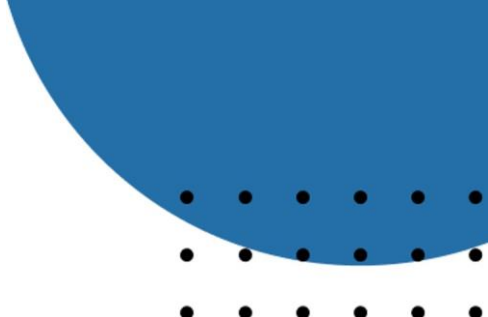
Проинформировать людей с инвалидностью о возможностях получения профессии

Сформировать необходимые трудовые навыки на занятиях в Инклюзивном центре

Показать возможность применения полученных трудовых навыков на практике



**Если задачу или цель возможно  
выполнить за одно действие -  
это мероприятие!**



# Разрабатываем мероприятия проекта

# Разработка мероприятия проекта

Для каждого мероприятия важно продумать:

- содержание
- место проведения
- время проведения
- количественные и качественные результаты

Из описания мероприятий должно быть понятно, где, зачем, для кого они проводятся, и что на них будет происходить



**Что разрабатываем  
в первую очередь:  
содержание  
мероприятия  
или его результат?**

# Как спланировать **результат** мероприятия?

1

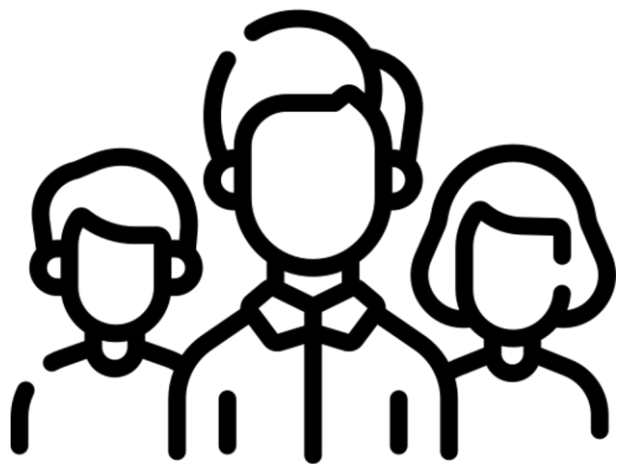
Определить,  
сколько человек  
примут участие в  
мероприятии

2

Описать,  
что конкретно они  
узнают, сделают,  
приобретут

# Экскурсия по исторической части города для школьников 5–7-х классов

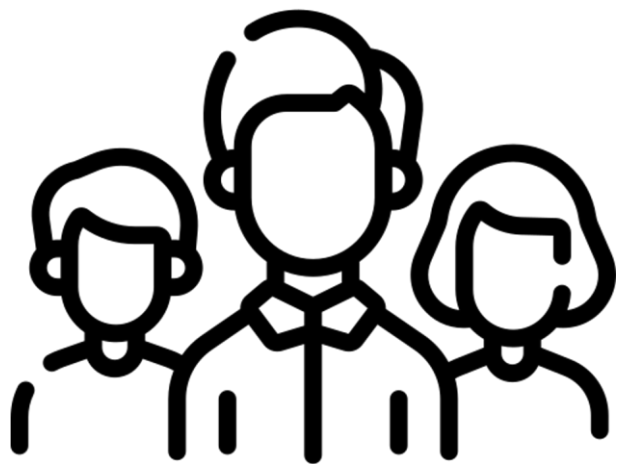
## Результат



30 школьников посетили экскурсию.  
Они повысили уровень патриотизма к  
малой родине

# Экскурсия по исторической части города для школьников 5–7-х классов

## Результат



**30 школьников посетили экскурсию.  
Они повысили уровень патриотизма к  
малой родине**

- Что значит «повысили уровень патриотизма»?
- Из чего складывается патриотизм?
- Как мы поймем, что уровень повысился?
- Что нужно сделать, чтобы чувство патриотизма к малой родине точно усилилось?

# Экскурсия по исторической части города для школьников 5–7-х классов

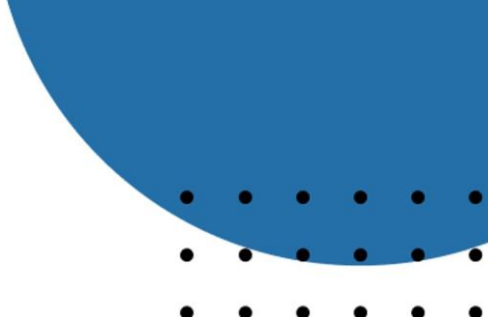
## Результат



30 школьников посетили экскурсию. Они узнали об истории возникновения города, познакомились с рассказами о героях, защищавших город, заинтересовались участием своей семьи в жизни города в прошлом

# Почему результат так важен?

- становится понятно, каким должно быть содержание мероприятия
- конкретный результат позволяет придумать, как мы будем его измерять, и оценить эффективность своей работы



**Проверьте, что мероприятий  
достаточно для того, чтобы достичь  
изменений у целевой группы,  
которые вы запланировали**

# Комплексность мероприятий

|                                                                                                                                     |                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Задача:</b><br>Обучить 10 волонтеров-психологов оказывать помощь людям в кризисных ситуациях, звонящим на горячую линию          | <b>Результат задачи:</b><br>10 волонтеров-психологов умеют оказывать помощь людям в кризисных ситуациях, звонящим на горячую линию |
| <b>Комплекс мероприятий</b>                                                                                                         |                                                                                                                                    |
| <b>Мероприятие</b>                                                                                                                  | <b>Результат</b>                                                                                                                   |
| Набрать 10 волонтеров                                                                                                               | Набрано 10 волонтеров                                                                                                              |
| Разработать наглядные пособия (чек-листы, скрипты для типичных ситуаций, инфографику)                                               | Разработаны материалы, которые будут использоваться на занятиях                                                                    |
| Провести очные лекции по работе с людьми, оказавшимися в кризисной ситуации.<br>5 лекций по 2 часа, периодичность - 2 раза в неделю | 10 волонтеров прослушали лекции, узнали, как работать с людьми в кризисной ситуации                                                |
| Создать брошюру по подготовке волонтеров к работе на горячей линии и распространить ее среди других НКО, работающих в этой теме     | Не менее 7 НКО получили брошюру о том, как готовить волонтеров к работе на горячей линии                                           |

# Итоговый комплекс мероприятий

## ЗАДАЧА:

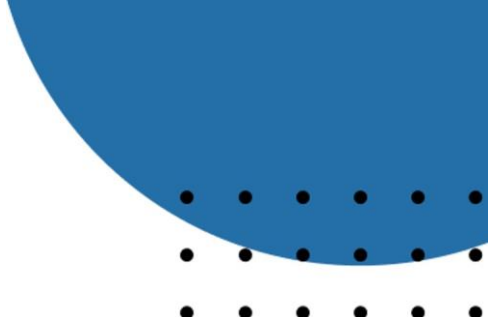
Обучить волонтеров-психологов оказывать помощь людям в кризисных ситуациях, звонящим на горячую линию

## РЕЗУЛЬТАТ:

10 волонтеров-психологов умеют оказывать помощь людям в кризисных ситуациях, звонящим на горячую линию

## Мероприятия:

- Набрать 10 волонтеров
- Разработать наглядные пособия (чек-листы, скрипты для типичных ситуаций, инфографику)
- Провести очные лекции по работе с людьми, оказавшимися в кризисной ситуации
- Провести серию практических занятий по работе с модельными ситуациями

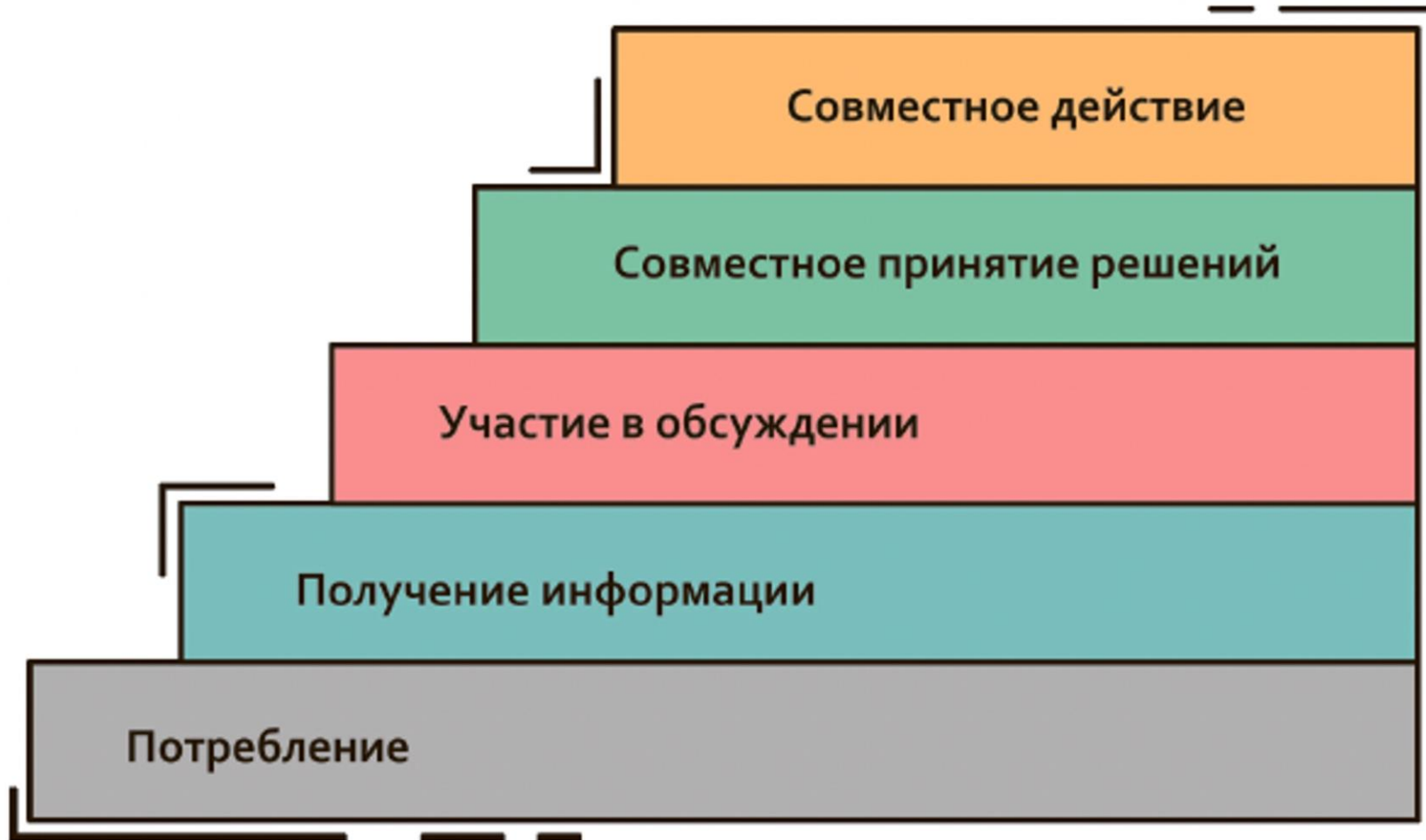


**Чем активнее целевая группа  
вовлечена в проект,  
тем глубже будет результат  
проекта и тем более качественные  
изменения произойдут в ее жизни  
по итогам участия в мероприятиях**

# Точно ли будет достигнут количественный результат?

|                                                                                                                                     |                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Задача:</b><br>Обучить 10 волонтеров-психологов оказывать помощь людям в кризисных ситуациях, звонящим на горячую линию          | <b>Результат задачи:</b><br>10 волонтеров-психологов умеют оказывать помощь людям в кризисных ситуациях, звонящим на горячую линию |
| <b>Комплекс мероприятий</b>                                                                                                         |                                                                                                                                    |
| <b>Мероприятие</b>                                                                                                                  | <b>Результат</b>                                                                                                                   |
| Набрать 10 волонтеров                                                                                                               | Набрано 10 волонтеров                                                                                                              |
| Разработать наглядные пособия (чек-листы, скрипты для типичных ситуаций, инфографику)                                               | Разработаны материалы, которые будут использоваться на занятиях                                                                    |
| Провести очные лекции по работе с людьми, оказавшимися в кризисной ситуации.<br>5 лекций по 2 часа, периодичность - 2 раза в неделю | 10 волонтеров прослушали лекции, узнали, как работать с людьми в кризисной ситуации                                                |
| Провести серию из 5 практических занятий по работе с модельными ситуациями                                                          | 10 волонтеров попробовали на практике поработать с людьми в кризисной ситуации, получили обратную связь от тренера                 |

# Как вовлекается аудитория в проекте



# Реалистичность количественного результата задачи

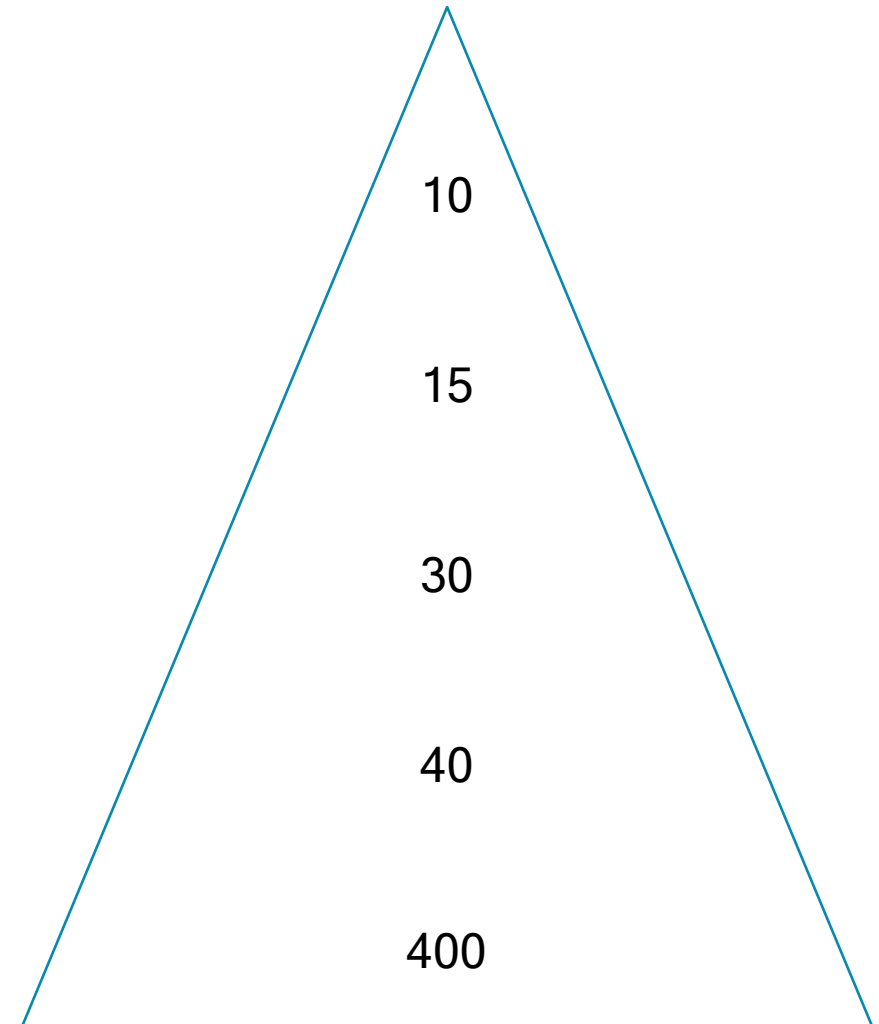
Количество обученных волонтеров

Количество волонтеров на практических занятиях

Количество участников лекций

Количество участников первой лекции

Количество оповещенных об обучении



# 5 советов по разработке мероприятий вашего проекта

1. Убедитесь, что задуманные вами мероприятия подходят для вашей целевой группы

2. Спланируйте результат каждого мероприятия с целевой группой: сколько человек примут в нем участие и что конкретно они получат

3. Продумайте содержание мероприятий: где, зачем, для кого они проводятся и что на них будет происходить

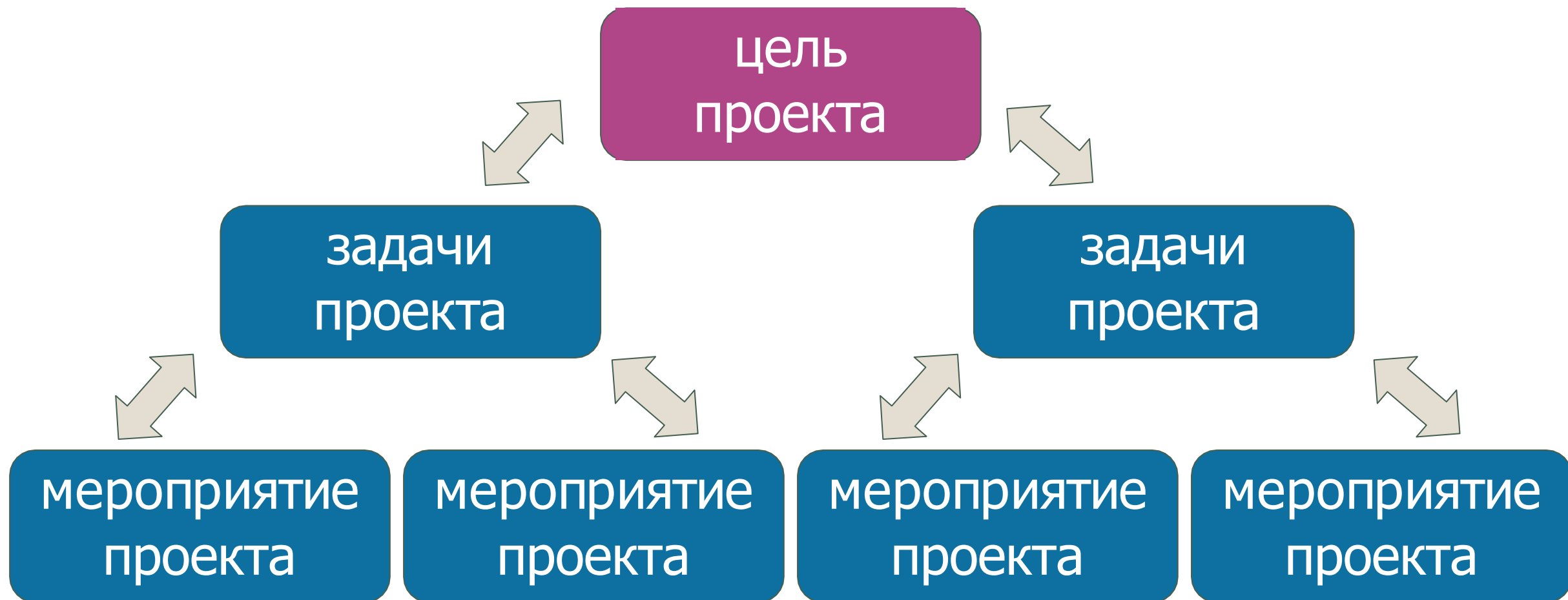
4. Проверьте, что мероприятий достаточно, чтобы решить задачу, которую вы поставили.

**Помните!** Чем активнее целевая группа вовлечена в проект, тем глубже результат и тем более качественные изменения произойдут в ее жизни

5. Спланируйте мероприятия по измерению результата проекта

# Проверка проекта по принципу обратной логики

# Схема проекта



# Проверка проекта

1

Проверяем  
каждое  
мероприятие  
на  
**ДОСТИЖИМОСТЬ**

# Проверка проекта

2

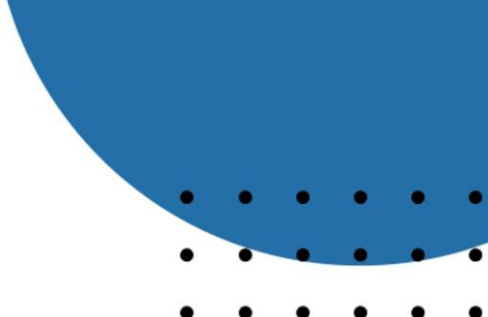
Проверяем результаты мероприятий каждой задачи на соответствие результату уровня задачи

# Проверка проекта

3

Проверяем результаты  
уровня задач на  
соответствие общему  
результату проекта

# Проверка проекта

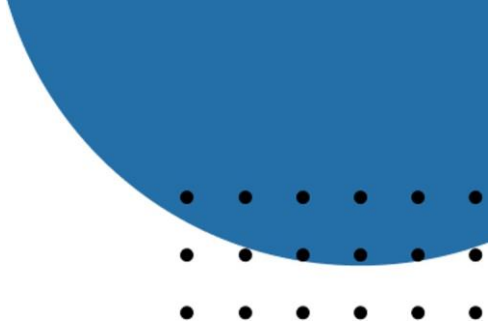


4

Проверяем связку  
результат-проблема

# Команда проекта

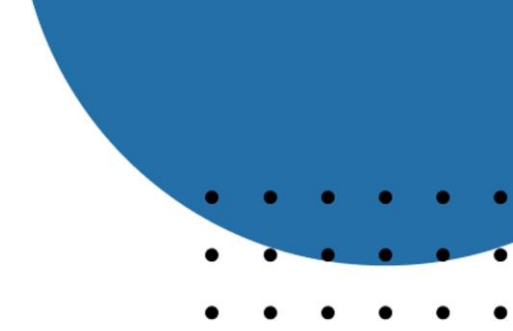
# Команда проекта



1

Берем каждое  
мероприятие и  
распределяем  
обязанности

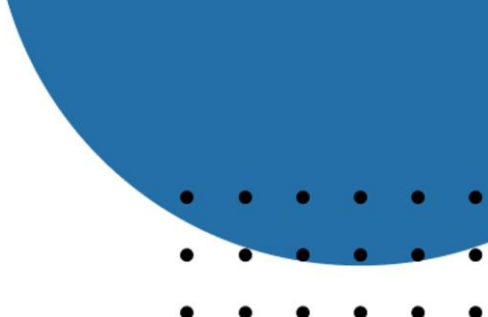
# Команда проекта



2

Рядом с каждым видом деятельности пишем, кто что будет делать

# Команда проекта



3

Выписываем отдельно  
должности и  
функционал, исходя из  
этого списка  
понимаем, кто нам  
нужен

# Типичные ошибки при формировании команды проекта

- Включить в команду мало людей
- Включить в команду людей, присутствие которых не обосновано составом мероприятий проекта
- Включить в команду людей, опыт и компетенции которых не соответствуют специфике проекта

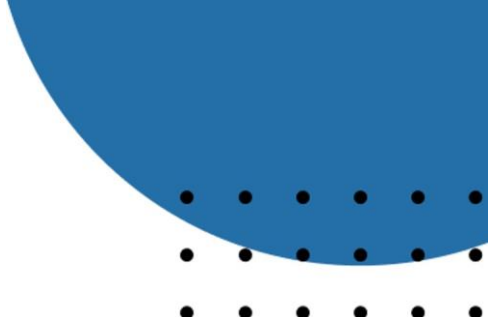
# Как обосновать необходимость участия членов команды проекта

## Если штатный работник

- Функционал каждого члена команды: подробно что он будет делать в проекте, в каких мероприятиях будет занят
- Степень занятости в проекте;
- Расчет его вознаграждения, исходя из занятости.

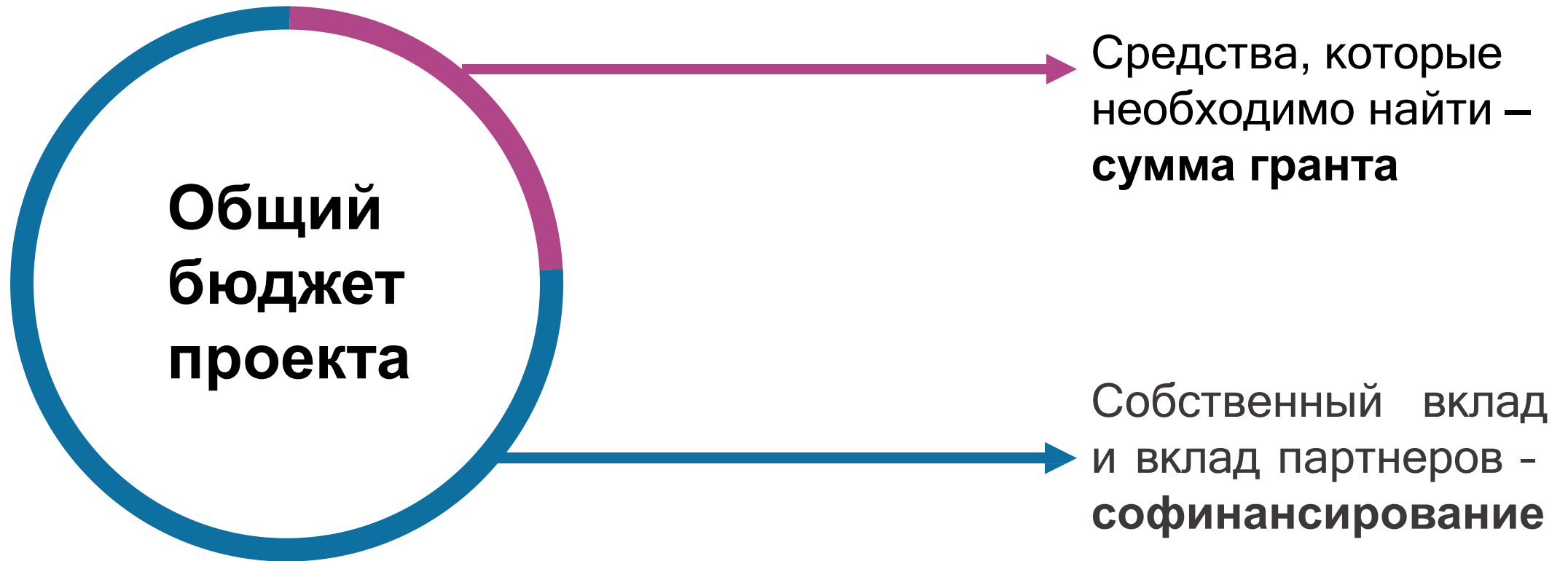
## Если предусмотрены выплаты физлицам

- Описываем, для решения какой задачи или организации какого мероприятия вам нужна эта услуга;
- Подробно прописываем (или прикладываем обоснование) и исходя из описания рассчитываем стоимость работы специалиста  
За основу берем либо стоимость работы физического лица и фактическое количество часов работы, либо стоимость услуги и количество услуг



Ресурсы проекта -  
**НЕ** только деньги!

# Бюджет проекта



# Основные принципы формирования бюджета проекта

# Обоснованность

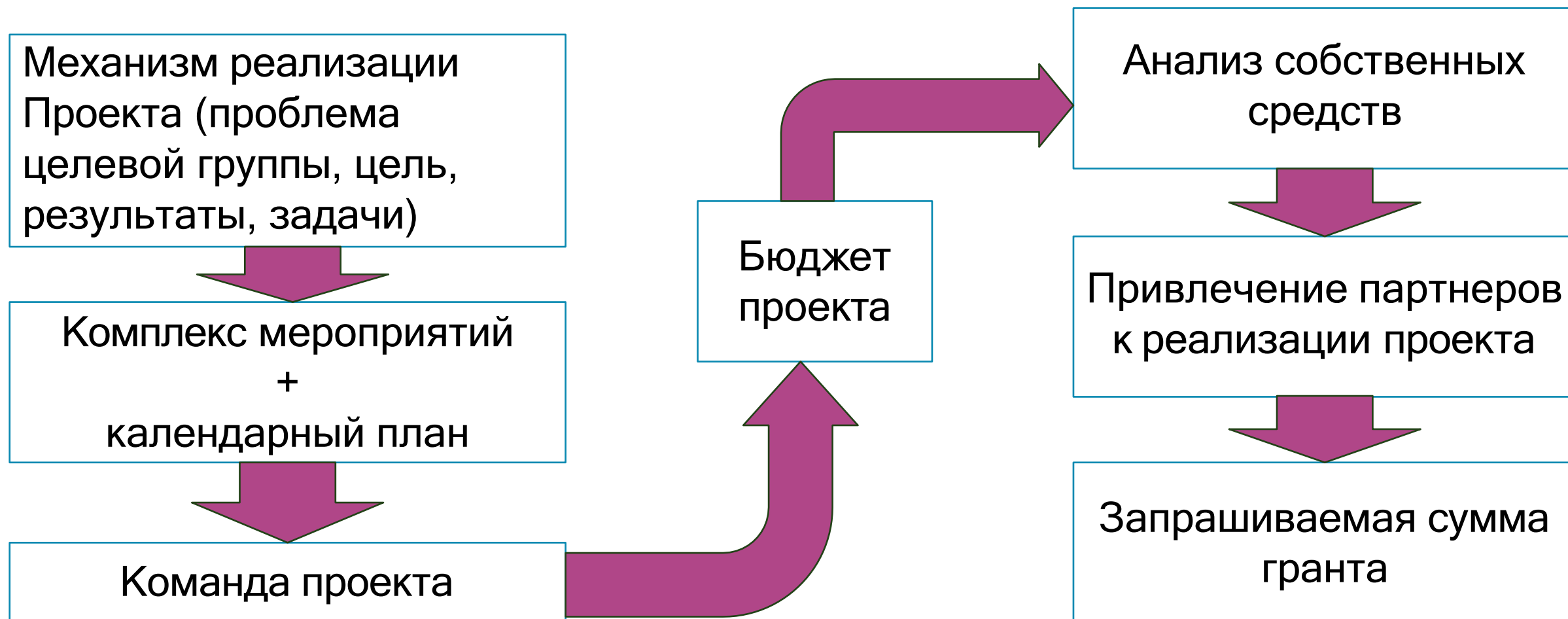
- Бюджет должен обеспечивать выполнение всех мероприятий календарного плана
- Соотнесите статьи расходов и мероприятия: каждая статья расходов должна соответствовать конкретному мероприятию

# Реалистичность

**Расходы по бюджету должны соответствовать рыночным ценам**

- Не завышайте величину расходов, планируя возможное подорожание товаров и услуг
- Из бюджета должно быть очевидно, что вы используете оптимальный объем ресурсов, чтобы достичь результаты проекта
- Прописывайте каждую позицию детально, особенно если это сложный или составной товар, оборудование или услуга

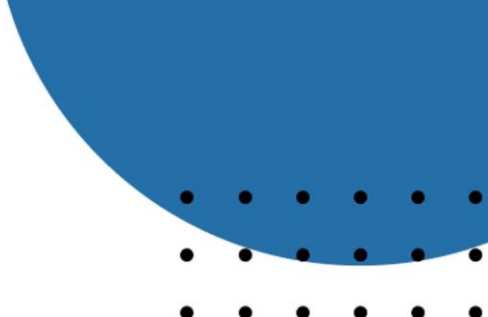
# Формирование бюджета



**В комментарии  
к каждой статье  
нужно  
демонстрировать  
принципы  
обоснованности и  
реалистичности**

- связь с мероприятиями календарного плана
- подробные характеристики статьи расхода для расчета стоимости
- связь с реальными рыночными ценами на момент подачи заявки на конкурс

# Софинансирование



**Что** может являться  
софинансированием?

# Софинансирование

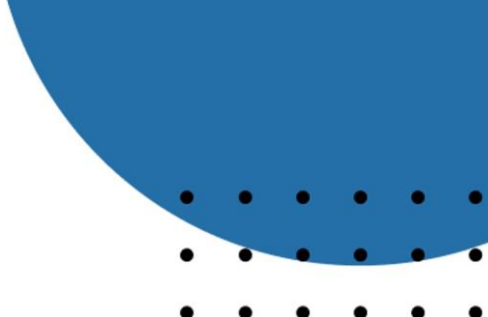
## **Собственный вклад организации:**

- денежные средства
- денежный эквивалент других ресурсов, которые есть в наличии у организации (помещение, оборудование, программное обеспечение и другое)

**Денежный эквивалент труда специалистов,** которых вы привлекли для работы над проектом бесплатно, а также труда волонтеров

## **Финансирование из других источников:**

- привлеченные денежные средства партнеров проекта или физических лиц
- денежный эквивалент тех ресурсов и услуг, которые партнеры проекта предоставляют организации бесплатно

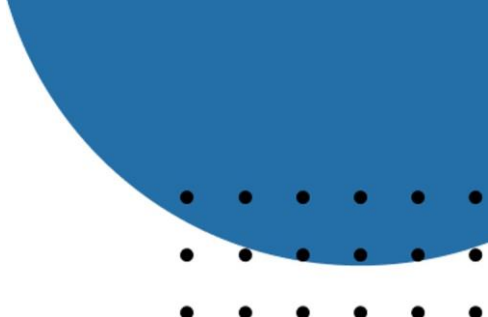


# Как рассчитать стоимость оборудования в софинансировании?

Итак, для проведения занятий по компьютерной грамотности у вас есть 4 компьютера из необходимых 20. Другие 16 вам дарит IT-компания. **Что вы делаете:**

1. Сначала считаете стоимость тех 4 компьютеров, которые у вас уже есть, - это ваш собственный вклад в проект. Допустим, каждый из них стоит 35000 рублей. Стоимость четырех компьютеров - 140000 рублей. Однако эта сумма еще не будет отражать реальную стоимость вашего вклада - теперь нужно посчитать **амортизацию техники**.
2. Для этого делим общую стоимость наших компьютеров на реальный срок их эксплуатации (например, 8 лет). Получается 17500 рублей - это реальная стоимость использования четырех компьютеров за год. **Если ваш проект рассчитан на полтора года, умножьте получившуюся сумму на полтора. Если на полгода - поделите на два, и так далее.**
3. Теперь разбираемся с теми 16 ноутбуками, которые вам дарит партнер. Смотрим в Интернете, сколько стоят такие компьютеры, выбираем среднюю сумму, например, 15900 рублей. Умножаем 15900 на количество компьютеров (16) и получаем 254400 рублей - реальный вклад вашего партнера в проект. **Амортизацию в данном случае учитывать не нужно**, т.к. партнеры отдают вам компьютеры навсегда, а не только на срок реализации проекта.
4. Далее складываем денежный эквивалент собственного вклада - 17500 рублей - и партнерского - 254400. Получаем 271900 Рублей.

Эту сумму и нужно будет указать как софинансирование. Только не забудьте написать в комментариях к соответствующей статье ваши расчеты.

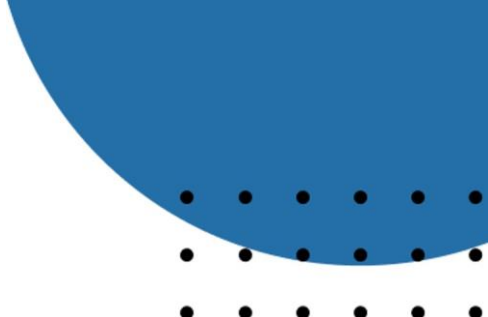


# Как рассчитать стоимость труда волонтеров в софинансировании?

Предположим, вы решили привлечь преподавателей в качестве волонтеров на ваши курсы компьютерной грамотности для пенсионеров. Всего у вас будет 10 преподавателей 10 уроков по 3 часа. **Что вы делаете:**

1. Составляете список добровольцев - их у вас будет 10 человек.
2. Считаете общее количество часов работы каждого волонтера -  $10 \cdot 3 = 30$ .
3. Находите в Интернете информацию о среднем размере заработной платы преподавателя компьютерной грамотности(информатики) в вашем регионе - например, 34000 рублей в месяц.
4. Считаете суммарное рабочее время за месяц по производственному календарю - 160 часов.
5. Делите 34000 на 160 и получаете 212 рублей - это будет стоимость одного часа работы одного волонтера.
6. Умножаете стоимость одного часа работы (212 рублей) на общее количество часов работы волонтеров (30) - получается 6360 рублей. Это вклад одного волонтера в ваш проект.
7. Волонтеров у нас 10, поэтому умножаем 6360 на 10, получаем 63600 рублей -денежное выражение вклада ваших волонтеров в проект.

Эту сумму вы вносите в бюджет в качестве софинансирования, а расчеты приводите в комментарии к статье.



# Как рассчитать стоимость аренды в софинансировании?

Предположим, что помещение для проведения занятий по компьютерной грамотности вам безвозмездно предоставляет местный ресурсный центр. Это комната площадью 50 квадратных метров в здании, которое находится в центре города. Общее количество часов, которое вы проведете в этом помещении - 30 часов. **Что вы делаете:**

1. В Интернете, газетах, рекламных справочниках ищите, сколько стоит час аренды подобного помещения в этом районе - например, это 500 рублей в час. Либо ищите стоимость аренды подобного помещения в месяц (25000 рублей) и делите ее на количество рабочих часов (160). Получается, что час аренды стоит 156 рублей.
2. Умножаете стоимость часа аренды на общее количество часов занятий по компьютерной грамотности (30) - получаете 15000 рублей.

Это значит, что местный ресурсный центр предоставляет вам материальные ресурсы в размере 15000 рублей, что вы и отражаете в бюджете. Расчеты с указанием источника информации о стоимости аренды нужно будет указать в комментарии к статье.

# Софинансирование

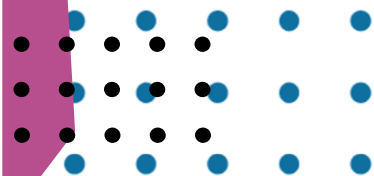
Софинансирование  
подтверждается

- письмами поддержки
- соглашениями о сотрудничестве или иными аналогичными документами

Письма поддержки или другие документы должны:

- содержать указание на вид поддержки данному проекту партнером
- относиться к тому конкретному проекту, который описывается в заявке, содержать дату, контактный телефон, быть подписанными подлинной подписью, а не картинками, сделанными с помощью компьютерных программ

# Работа со СММ



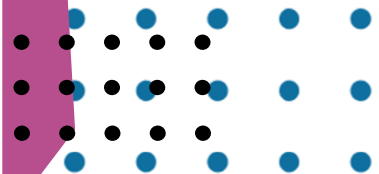


**Пиар** – внешний облик  
организации

**Маркетинг** – привлечение  
внимание к вашему проекту

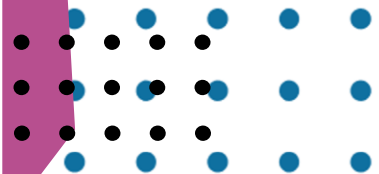


**Для эффективного  
взаимодействия со СМИ  
надо в первую очередь  
позаботиться о себе**





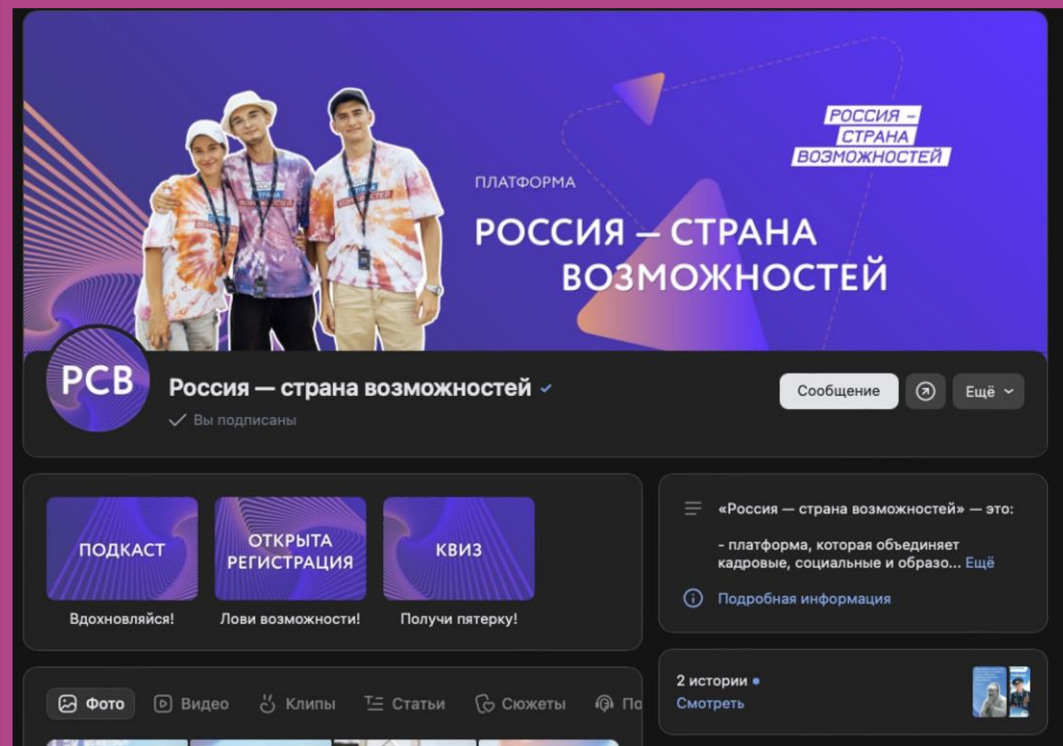
**Проведите аудит тех  
мест, где представлена  
ваша организация!**



# Работа с сайтом/социальными сетями организации

## Название и формы связи

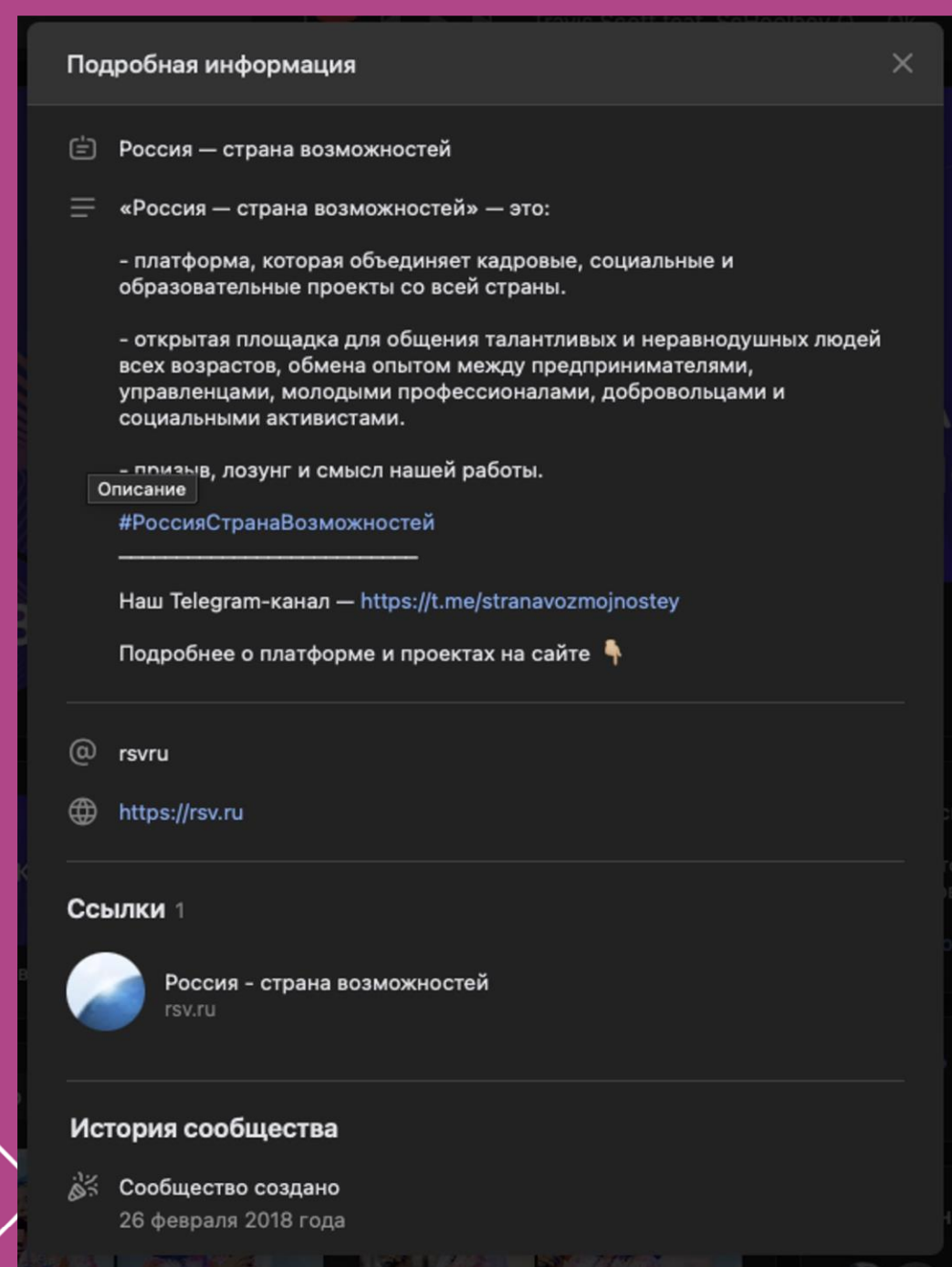
Название, адрес, телефон, адрес электронной почты — основные сведения об организации, которые **должны быть доступны публично.**



# Работа с сайтом/социальными сетями организации

## Направления деятельности организации.

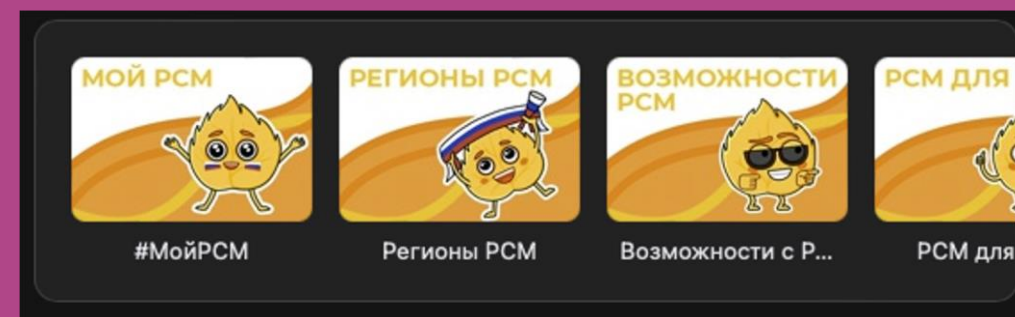
С первых секунд пребывания на ваших ресурсах любой человек должен понять, чем вы занимаетесь.



# Работа с сайтом/социальными сетями организации

## Программы.

Описание того, в чем именно состоит деятельность организации, какие программы и проекты вы реализуете прямо сейчас.



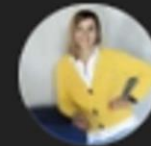
# Работа с сайтом/социальными сетями организации

**Структура организации**  
контакты ее руководителей и  
ключевых сотрудников.

## Контакты 7



**Павел Красноруцкий**  
Председатель РСМ



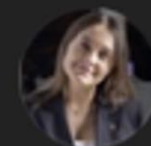
**Татьяна Пуговкина**  
Заместитель Председателя РСМ  
+7 (495) 625-06-61  
aum@ruy.ru



**Владимир Селин**  
Заместитель Председателя РСМ  
+7 (925) 295-55-08  
vpselin@mail.ru



**Алексей Кривицкий**  
Заместитель Председателя РСМ  
+7 (913) 117-19-65  
krivickii@ruy.ru

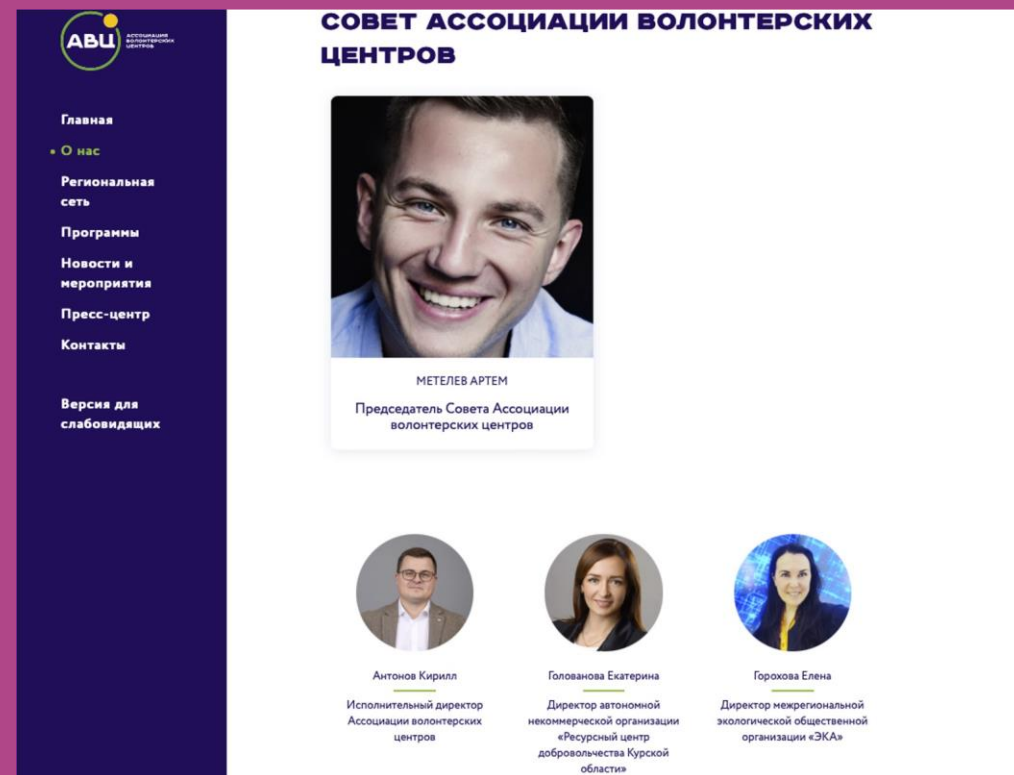


**Анна Аполосова**  
Заместитель Председателя РСМ  
+7 (925) 383-56-10  
apolosova@ruy.ru

# Работа с сайтом/социальными сетями организации

**Коллегиальные органы и  
их состав.**

Страна должна знать своих  
героев!



# Работа с сайтом/социальными сетями организации

## Уставные документы:

устав организации и  
свидетельства о государственной  
регистрации и постановке на учет  
в налоговом органе.

### ДОКУМЕНТЫ АВЦ



[Свидетельство о  
гос.регистрации](#)



[Соглашение](#)



[Регламент  
вступления и  
исключения](#)



[Справка о  
деятельности АВЦ](#)



[Устав](#)

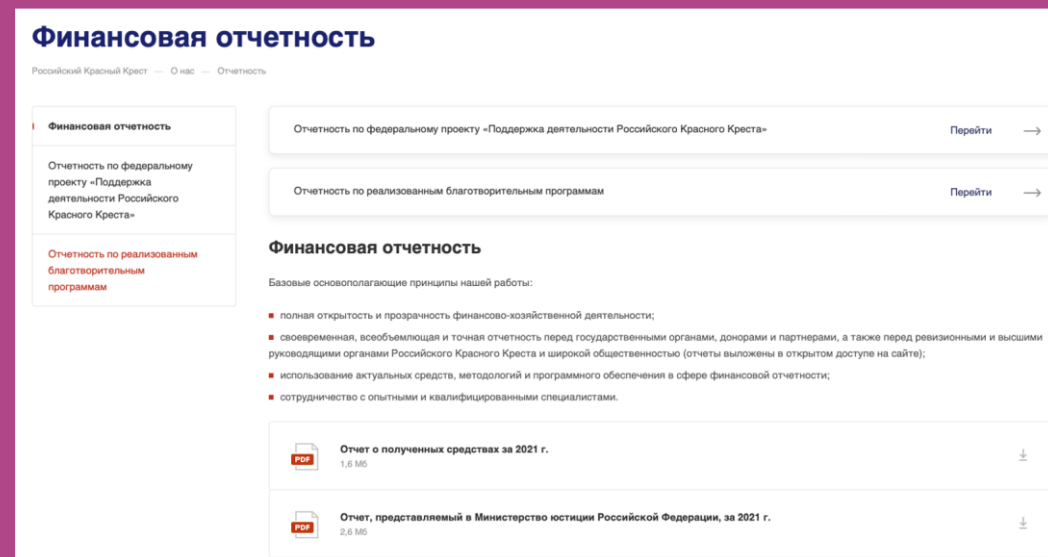


[План мероприятий  
АВЦ на 2022 год](#)

# Работа с сайтом/социальными сетями организации

## Годовые отчеты

Если вы принимаете пожертвования от физлиц/организаций - это обязательно! Ваши доноры должны знать куда расходуются их средства



# Работа с сайтом/социальными сетями организации

Реализованные проекты  
Демонстрируйте свой опыт наглядно: в чем вы эксперт



PCO

О нас Деятельность Новости Галерея Будь с нами! Контакт

присвоил статус всероссийской, студенты уже работали на возведении АЭС в летнее время с 2011 года.

**Всероссийская студенческая стройка «Север»**

Россия и Китай становятся близкими партнерами как в сфере экономики, так и на внешнеполитической арене. Между государствами заключаются масштабные соглашения в части сотрудничества в сфере бизнеса. К таковым можно отнести газовый контракт о поставках в КНР голубого топлива посредством магистрального трубопровода «Сила Сибири» (инвестиционный проект в числе самых приоритетных для «Газпрома»).

**Всероссийский студенческий педагогический отряд «Дельфин.гу»**

создан для консолидации студенческих педагогических отрядов, межрегионального обмена опытом весной 2012 на основании приказа и положения Центрального штаба Российских Студенческих Отрядов на базе Межрегионального студенческого педагогического отряда «Дельфин» (СПО КалмГУ «Джангар»)

**Всероссийский студенческий медицинский отряд «Коллеги»**

Сегодня медицинское направление Российских Студенческих Отрядов динамично развивается в стране и является значимым в подготовке квалифицированных медицинских кадров.

**Всероссийский студенческий сельскохозяйственный (животноводческий) отряд «МоСт» (молочный стандарт)**

ВССХО «МоСт» – это уникальная площадка, которая совмещает в себе трудовую занятость и профессиональное обучение, а также способствует патриотическому воспитанию, развитию лидерских и организаторских навыков, формированию положительного образа студентов аграрных вузов.

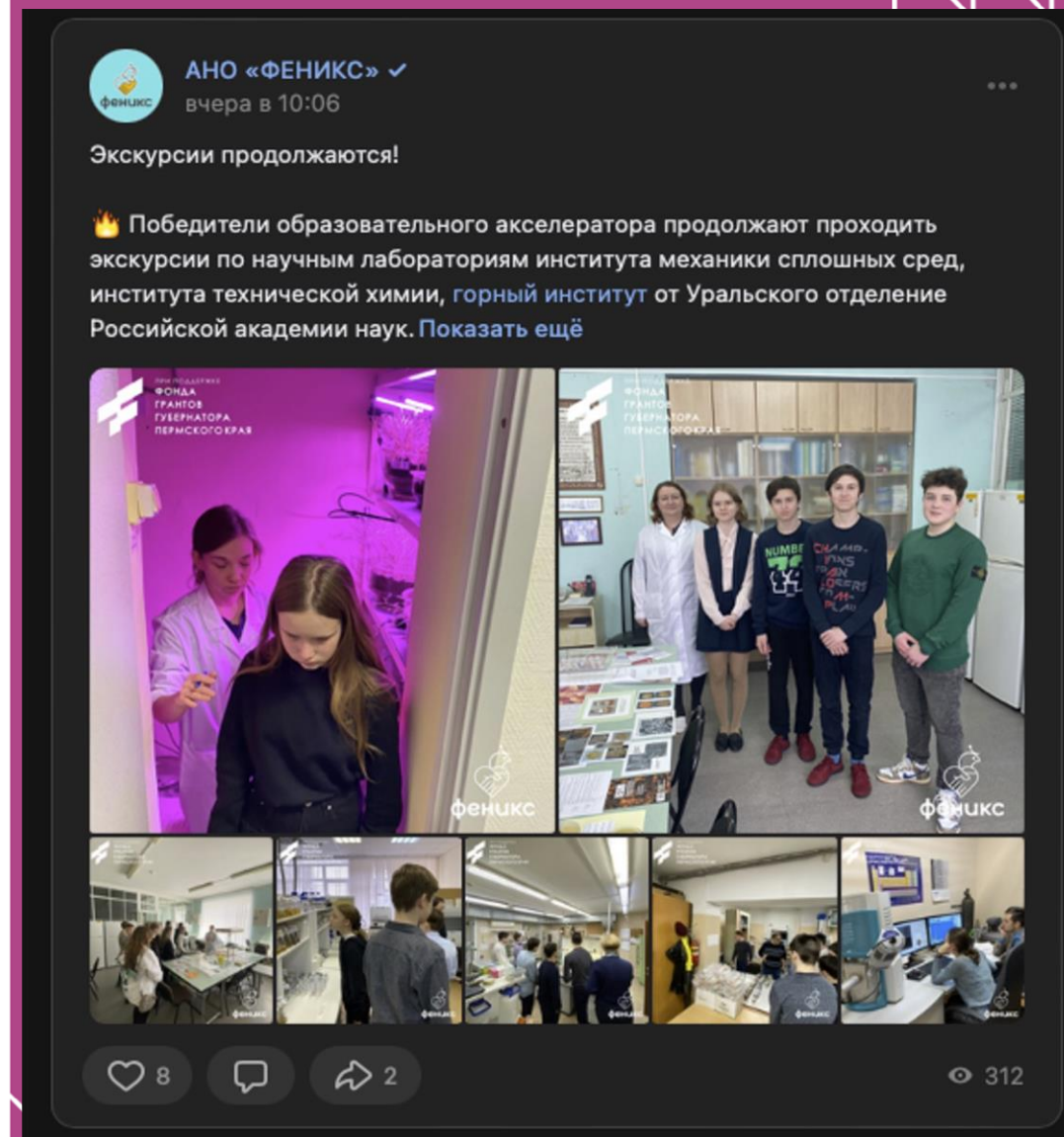
**Всероссийский сводный студенческий сервисный отряд «Ялта»**

Всероссийский сводный студенческий сервисный отряд «ЯЛТА» реализуется на объектах ПАО «Гостиничный комплекс «Ялта-Интурист» в Республике Крым. Здесь студенты трудятся официантами, поварами, горничными, озеленителями, подносчиками пляжа, кухонными рабочими,

# Работа с сайтом/социальными сетями организации

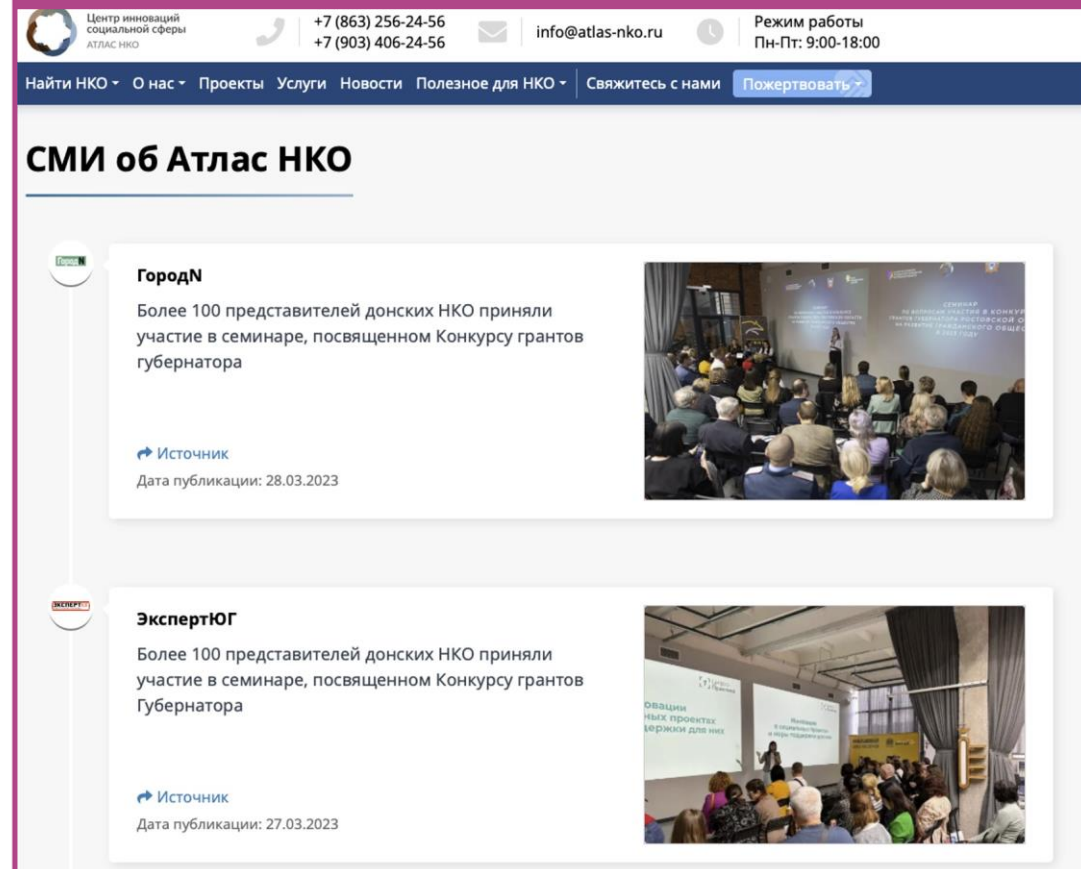
## Новости

Покажите что ведете свою работу постоянно, поработайте с текстами и фото



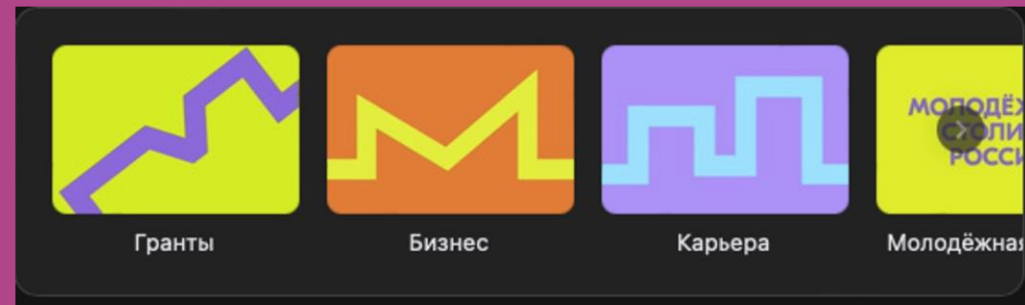
# Работа с сайтом/социальными сетями организации

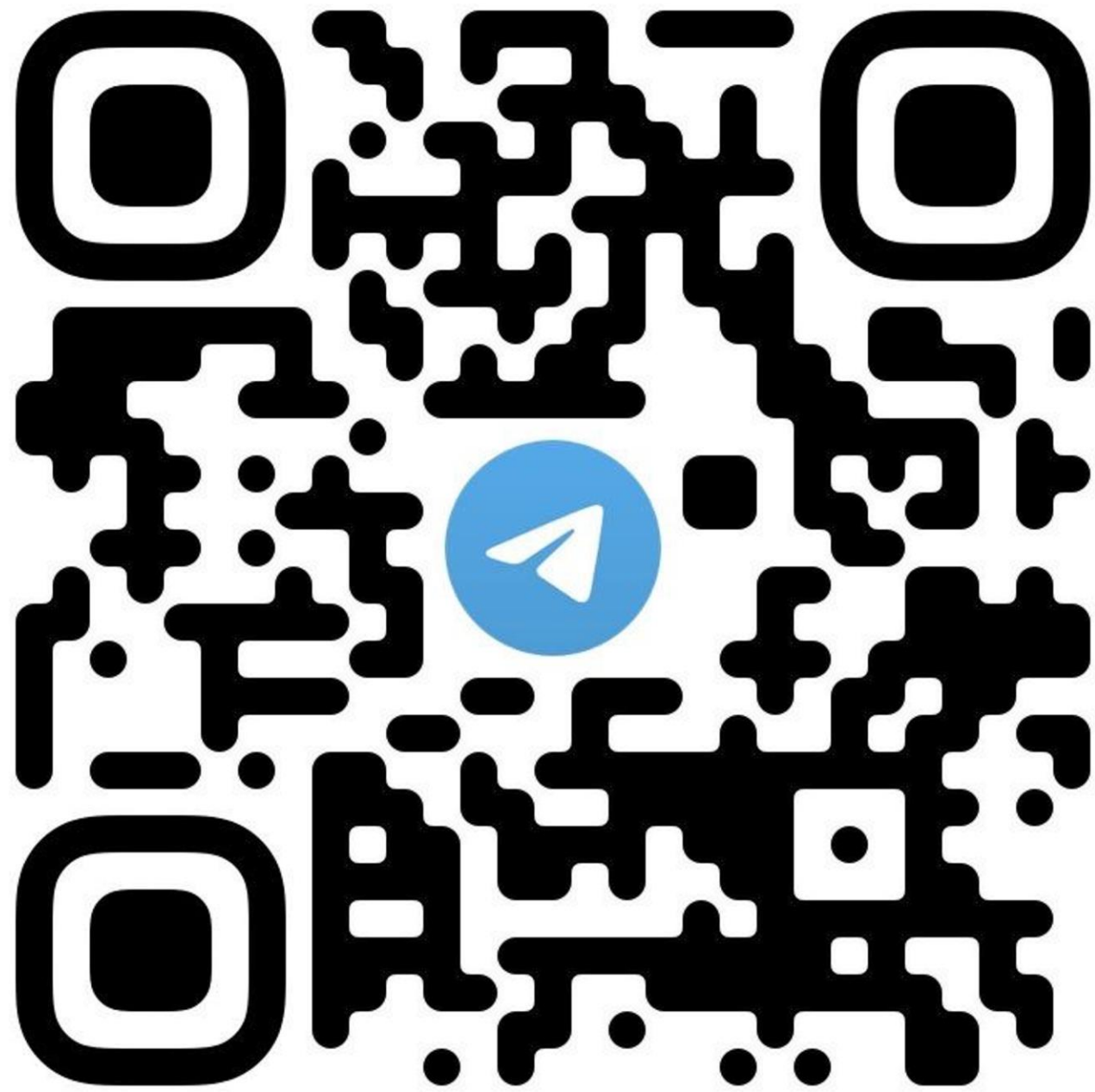
**Публикации в СМИ**  
Собирайте базу о том, что о  
вас пишут другие



# Работа с сайтом/социальными сетями организации

Ссылки на социальные сети на вас и ваши проекты. Если вами заинтересовались через один проект, то могут прийти и в другие. Не усложняйте жизнь активистам.





Остались  
вопросы?  
Задайте их в  
чате ЦРМС в  
телеграм

