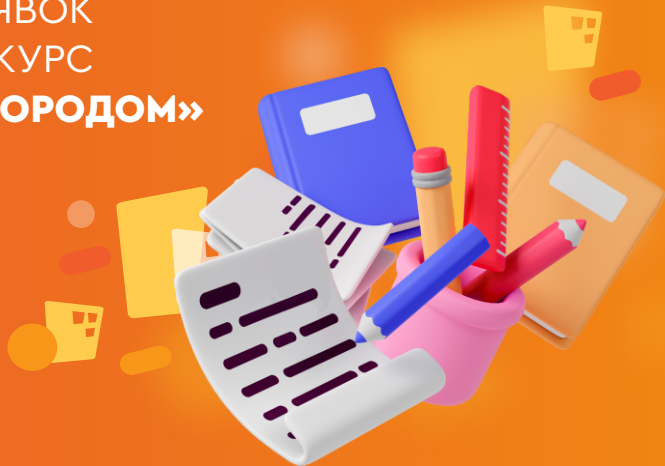


МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПОДГОТОВКЕ ЗАЯВОК
НА ГРАНТОВЫЙ КОНКУРС
«ВМЕСТЕ! С МОИМ ГОРОДОМ»



УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Вы держите в руках очень необычное издание. Оно придумано и создано экспертами программы «Народный университет».

«Народный университет» — это образовательный онлайн-курс для участников грантового конкурса «ВМЕСТЕ! С моим городом», то есть для ваших коллег и единомышленников.

Несколько месяцев авторы проектов осваивали теорию и практику социального проектирования и совместными силами создали это пособие. Уверены, что оно будет полезно и начинающим, и опытным участникам нашего грантового конкурса.

Благодарим экспертов «Народного университета» за такой профессиональный и вдумчивый подход и готовность делиться своими знаниями.

Также выражаем благодарность команде проекта «Пятки из палатки» из Старого Оскола, которая любезно согласилась предоставить текст своего проекта для детального разбора экспертами!



Структура пособия соответствует структуре грантовой заявки конкурса «ВМЕСТЕ! С моим городом».

КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ПОСОБИЕМ?

1

Выберите нужный вам раздел заявки или читайте все пособие целиком.

2

Сначала рекомендуем ознакомиться с текстом проектной заявки, которая представлена как образец.

3


Затем обратите внимание на мнения и комментарии экспертов — они отмечают как сильные стороны текста, так и зоны развития, а также дают полезные советы.

4

После этого, учитывая как плюсы образца, так и советы по доработке, сформулируйте свою заявку для участия в нашем грантовом конкурсе.



СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ, КОТОРЫЕ РЕШАЕТ ПРОЕКТ



В соответствии с информацией отдела государственной статистики в г. Старый Оскол в первом полугодии 2019 года на 587 заключенных браков приходится 582 разводов.

Основное число разводов приходится на пары, прожившие вместе до 5 лет, — молодые семьи. Причинами развода часто становятся отсутствие общих интересов, разные взгляды на жизнь и воспитание детей, дефицит живого общения супругов как между собой, так и с детьми. Из доступных для молодых семей форм организации досуга практически исчезла такая форма, как совместный семейный поход.

Это обусловлено несколькими факторами:

- отсутствием у молодежи необходимых знаний и навыков для организации похода и палаточного лагеря;
- отсутствием возможности приобретения необходимого снаряжения и оборудования для каждого члена семьи;
- низким уровнем осведомленности об интересных местах родного края и природных объектах, как следствие — отсутствием возможности составить маршрут или же выбрать место для лагеря;
- отсутствием единомышленников — устоявшегося сообщества, с которым можно организовать совместный поход, семейный пикник, обменяться опытом и живым общением как молодых супругов, так и детей;
- высоким уровнем вовлеченности молодых людей в общение и проведение времени в социальных сетях, онлайн-играх и т.д., что часто приводит к дистанцированию супругов друг от друга.

Реализация данного проекта позволит практически полностью исключить вышеперечисленные факторы, даст возможность достичь позитивных изменений в супружеских отношениях, показать альтернативный вариант совместного времяпрепровождения.



ПЛЮСЫ



В проекте описывается проблема неудовлетворительной коммуникации супругов между собой и с детьми. Очень важно, что в проблеме показаны именно люди, а не отсутствующее решение или инфраструктура, оборудование.



Авторы проекта четко выделяют свою целевую аудиторию.



Используется доказательная база в виде информации отдела государственной статистики. Проблема выделена в заявке практически одним предложением, это позволяет видеть сразу поле работы, которое выбирают заявители.



Представляют первопричины обозначенной проблемы.

ЗОНЫ РОСТА



Отсутствует мнение непосредственно целевой аудитории относительно проблемы, ее причин, идеи проекта.



Приведенная статистика связана с разводами, а не с основным выбранным проектным инструментом — семейными походами.

КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ОЛЕСИ КОВРИЖНЫХ:



kovroles@mail.ru
<https://vk.com/id70205704>

РЕКОМЕНДАЦИИ



Для того чтобы что-то улучшить, мы должны это измерить. Нужно понимать, сколько семейных пар находятся в состоянии развода и насколько мы можем уменьшить этот процент с помощью проекта.



В обязательном порядке спросите непосредственно целевую аудиторию про актуальность проблемы, на решение которой направлен проект, про их отношение к проектной идее.



Советую использовать инструмент «Дерево проблем — дерево целей», для того чтобы увидеть причинно-следственные связи проблемы, на решение которой направлен проект.



Определите, что именно вы хотите изменить. Правильно сформулированная проблема позволит получить планируемый результат, и как только вы поймете, что хотите изменить, сразу произойдет переворот проблемы в цель (дерево проблем — дерево целей).



Выбирайте проблему, актуальную для вашего населенного пункта, и подтверждайте ее данными (опросы, факты, экспертное мнение и др.), касающимися выбранной целевой аудитории и локального места реализации проекта.



ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

ЦЕЛЬ

Возрождение формы досуга «семейный поход» через погружение в живые мероприятия семей с детьми с вовлечением не менее 200 человек к 31.10.2020.



ЗАДАЧИ

- Сформировать базу данных о молодых семьях города, заинтересованных в прохождении программы лагеря.
- Провести информационную кампанию в Старооскольском городском округе.
- Провести 3 смены палаточного лагеря для молодых семей «Пятки из палатки».
- Провести аналитическую работу по итогам работы лагеря молодых семей.
- Разработать методические материалы и подготовить необходимую для проведения 3 лагерных смен документацию.
- Создать условия для проведения 3 смен палаточного лагеря для молодых семей «Пятки из палатки» в соответствии с планом-графиком смен.
- Организовать работу клуба по интересам на базе МАУ «Центр молодежных инициатив» из числа семей, принявших участие в лагере, с вовлечением новых участников.

КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ОКСАНЫ ПЕНЮШКИНОЙ:



Ksuna122008@mail.ru
<https://vk.com/oksyj>

ПЛЮСЫ



Формулировка цели содержит описание благополучателей. Это говорит о социальной ориентированности проектной команды.



Задачи расписаны подробно.

ЗОНЫ РОСТА



Цель не отражает все обозначенные в актуальности проблемы. Заявленные проблемы разводов и отсутствия коммуникации между супругами в цели не представлены.



Не хватает в формулировке цели «географии» проекта, поэтому не совсем понятно, на какой территории она будет достигнута.



Некоторые задачи (например, 1, 6) сформулированы как внутренние процессы команды проекта, а не деятельность по взаимодействию с целевой аудиторией.



Одной из указанных проблем является отсутствие знаний и навыков семейных походов. Поэтому задачу возможно сформулировать так: обучение основам семейного палаточного отдыха. Еще одна проблема — дефицит живого общения. Можно сформулировать задачу как создание условий для живого общения в семьях.



КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ОКСАНЫ ПЕНЮШКИНОЙ:



Ksuna122008@mail.ru
<https://vk.com/oksyi>

РЕКОМЕНДАЦИИ



Как правило, в проектах рекомендуется ставить от 3 до 5 задач. В данном проекте их 7.



Задачи не должны дублировать мероприятия проекта, это разные по масштабу активности.



Цель всегда обратна проблеме и наоборот. Поэтому необходимо четко понять саму проблему, сформулировав ее одним предложением, тогда станет четко понятна цель (представляет собой формулировку проблемы в положительном видении).



С задачами нужно работать основательнее и не путать их с текущей деятельностью проекта и мероприятиями, а также деятельностью по завершении проекта.

ПРИМЕРЫ

ФОРМУЛИРОВОК ЦЕЛИ И ЗАДАЧ



Цель: рост уровня социализации подростков, находящихся в конфликте с законом, проживающих в пятом микрорайоне города Н. (Из причины проблемы: низкий уровень социализации подростков, находящихся в конфликте с законом, проживающих в пятом микрорайоне города Н.)

Задача 1. Создание безопасного пространства для общения подростков. (Из причины проблемы: нет безопасного пространства, где подростки могли бы встречаться, общаться.)

Задача 2. Формирование компетентного сообщества взрослых, заинтересованных в социализации целевой аудитории. Сообщества, которому доверяют подростки. (Из причины проблемы: подростки не доверяют взрослым, нет авторитетов, которые бы поддерживали ЗОЖ, транслировали ценности жизни.)

Задача 3. Информирование подростков о последствиях нарушения законодательства через новые интерактивные форматы на основе объект-объектных позиций. (Из причины проблемы: подростки мало проинформированы о последствиях нарушения законодательства.)

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Молодые семьи Старооскольского городского округа в возрасте от 18 до 35 лет, имеющие детей.



elena.skazka-net@yandex.ru
<https://vk.com/id123488308>

КОММЕНТАРИИ
ОТ ЭКСПЕРТА
ЕЛЕНЫ МАХОВОЙ:

ПЛЮСЫ



Коротко и четко сформулирована целевая аудитория. Указана территория, на которой проживает целевая аудитория.



КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ЕЛЕНЫ МАХОВОЙ:



elena.skazka-net@yandex.ru
<https://vk.com/id123488308>

ЗОНЫ РОСТА



Не хватает качественной характеристики. Стоило бы уточнить не только возраст семейных пар, но и возраст детей в этих семьях, т.к. от возраста детей зависит содержание смены палаточного лагеря.



Главным дефицитом проекта относительно целевой аудитории является отсутствие понятной обоснованной схемы вовлечения в проект именно тех семей, в которых существует обозначенная социальная проблема (дефицит общения). В данном виде есть риск организовать проект для семей, у которых нет проблем в отношениях и коммуникации.

РЕКОМЕНДАЦИИ



Описывая целевую аудиторию проекта, не забывайте давать как качественную, так и количественную характеристику.



Команде проекта очень важно четко представлять, как целевая аудитория «попадет в проект», узнает о нем и захочет стать его частью.



Не забывайте, что в проекте может быть как первичная, главная целевая аудитория, так и вторичная, которая также будет меняться в рамках проекта, будет благополучателем.



КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ЕЛЕНЫ МАХОВОЙ:



elena.skazka-net@yandex.ru
<https://vk.com/id123488308>

ПРИМЕРЫ УДАЧНОГО ОПИСАНИЯ ЦА



Проект направлен на решение проблемы одиночества среди одиноко проживающих пожилых людей поселка Н.

Целевая аудитория:

Первичная — одиноко проживающие пожилые люди (возраст от 60 лет, в поселке не проживают близкие родственники), не менее 25 человек (50% от общей численности, по данным местного отдела социальной защиты населения). Из них 3 мужчин и остальные женщины.

Вовлечение в проект будут осуществлять «серебряные» волонтеры из местного объединения «Доброходы». Ко всем одиноко проживающим людям (50 человек) по предварительной договоренности придут волонтеры (группа 2 или 3 человека), принесут что-нибудь к чаю

и в дружеской обстановке расскажут о проекте, пригласят на первую встречу.

Вторичная — близкие родственники целевой группы проекта (дети, внуки в первую очередь) — не менее 30 человек. Будут вовлечены в проект с целью налаживания, перезагрузки, обновления отношений со своими одиноко проживающими пожилыми родственниками.

Вовлечение в проект через телефонные беседы, личное приглашение пожилых родственников — представителей целевой аудитории.

ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА И ИХ РОЛЬ В ПРОЕКТЕ



- **Управление по делам молодежи администрации Старооскольского городского округа** — информационная поддержка, решение административных вопросов.
- **Управление ЗАГС администрации Старооскольского городского округа** — информационная и консультационная поддержка.
- **Центр культурного развития «Горняк»** — организация культурной программы в период лагерных смен, творческих мастер-классов. Работа детских аниматоров.
- **«Ассоциация молодых семей»** — координация работы с молодыми семьями.
- **Тактический Центр специальной подготовки «Каскад»** — работа по подготовке площадки, образовательные семинары по НВП.
- **ОГБУЗ «Старооскольский центр специализированной медицинской помощи психиатрии и психиатрии-наркологии»** — организация работы психолога для консультационного сопровождения проекта и анализа ситуации на входе и на выходе.
- **Молодежный Консультационный Центр** — исполнитель работ проекта по направлению психологической поддержки и эмоциональной разгрузки. Проведение психологических тренингов с применением телесно-ориентированной терапии, а также занятий по арт-терапии. Индивидуальные консультации по запросу.
- **Ресурсная площадка развития добровольчества (волонтерства) на территории Старооскольского городского округа «Доброволец Оскола»** — организация работы волонтерского корпуса в ходе реализации проекта (в том числе команды медиаволонтеров для освещения реализации проекта в соц. сетях и представителей движения «Волонтеры-медики» для обеспечения медицинского сопровождения смен).

КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА АЛЕСИ КОСТИКОВОЙ:



aakostikovaa@gmail.com
<https://vk.com/alesjamarketing>

ПЛЮСЫ



Широкая партнерская карта.



Есть представители от разных секторов общества: представители некоммерческого сектора, муниципальные учреждения, органы власти.



Для каждого партнера обозначено описание его вклада в проект, его зона ответственности.

ЗОНЫ РОСТА



Будет здорово, если описание вклада партнеров будет максимально конкретно, например, «Ассоциация молодых семей» планирует координировать работу с молодыми семьями, а что под этим подразумевается? Информирование целевой аудитории? Или формирование группы семей для участия в проекте? Или что-то иное?



Участие каждого партнера должно отражаться в бюджете проекта. В данном проекте этого нет.

КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА АЛЕСИ КОСТИКОВОЙ:



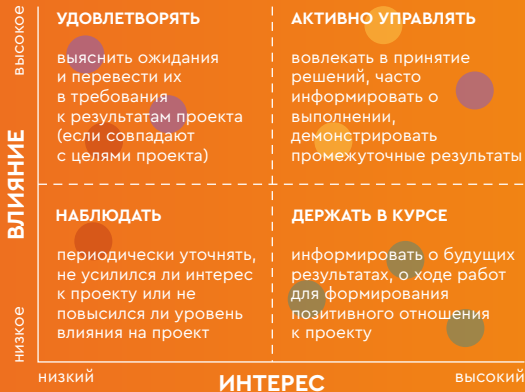
aakostikovaa@gmail.com
<https://vk.com/alesjamarketing>

РЕКОМЕНДАЦИИ



В процессе разработки проекта можно составить и проанализировать партнерскую карту проекта, оценив каждого потенциального партнера по критериям, представленным в графике.

Расположив партнеров в том или ином квадрате, вы поймете, какую стратегию работы с ними эффективнее всего выбрать. Очевидно, что нужнее всего привлечь партнеров, которые оказывают высокое влияние на проект и имеют к нему высокий интерес.



ВОЗМОЖНЫЕ РИСКИ ПРОЕКТА И СПОСОБЫ ИХ РЕШЕНИЯ



РИСК 1.

Погодные условия. Резкое изменение климатических условий, делающее затруднительным проведение смены лагеря.

Решение: Перенос смены на более благоприятную дату.

РИСК 2.

Низкий уровень подготовки участников смен к условиям палаточного лагеря.

Решение: Проведение перед каждой сменой семинара-практикума по основам организации палаточного лагеря.

КОММЕНТАРИИ
ОТ ЭКСПЕРТА
ТАТЬЯНЫ КОВАЛЕНКО:



lisenok78@bk.ru
<https://m.vk.com/id67338168>

ПЛЮСЫ



Рассмотрены основные риски, которые отражают опыт проектной команды в проведении походов. Представлены варианты решений при наступлении риска.

ЗОНЫ РОСТА



Недостаточно продуманы такие риски, как: незаинтересованность ЦА или, наоборот, слишком высокий спрос; изменение цен на оборудование; ограничения — например, пожароопасный период, когда запрещают выход в лесонасаждения.

КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ТАТЬЯНЫ КОВАЛЕНКО:



lisenok78@bk.ru
<https://m.vk.com/id67338168>

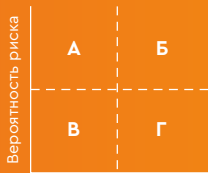
РЕКОМЕНДАЦИИ



- ✓ Риск — это не проблема, а только ее вероятность. Если команда проекта его учитывает, то сможет скорректировать свои действия, тогда риск не приведет к проблеме.
- ✓ Члены команды проекта меньше переживают, когда знают, что риск может наступить, но у них есть четкие инструкции, как поступить в этой ситуации.
- ✓ Борьба с рисками бессмысленно — ими нужно управлять. Если этим не заниматься, это приведет к срыву проекта и отрицательно скажется на репутации организации / конкурента / грантополучателя / команды проекта.

✓ Для качественного анализа возможных рисков проекта рекомендую использовать такой подход:

1. Составляем перечень возможных рисков — их должно быть не менее 10.
2. Распределяем все риски на такой координатной плоскости.
3. Составляем карту решений по управлению рисками. Если риск в поле «в» — наблюдаем, не предпринимаем никаких действий, если в поле «а» или «г» — планируем свои действия в случае рискового события, отражаем это в проекте, если в поле «б» — меняем проект так, чтобы минимизировать негативное влияние риска на проект.



Влияние риска на проект

СОВЕТ ОТ ЭКСПЕРТА НАТАЛЬИ КНЯЗЕВОЙ:

Обязательно учтите все возможные риски по следующим параметрам: целевая аудитория, команда, партнеры и подрядчики, оборудование и цены, природные условия.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ



- В планах команды проекта заключение партнерских соглашений с органами молодежной политики других регионов, приглашение к участию их представителей.

- Дальнейшая реализация проекта продолжится в виде создания движения (клуба по интересам) из числа молодых семей на базе МАУ «Центр молодежных инициатив» с возможностью проведения семейных слетов, смен-интенсивов под брендом «Пятки из палатки».

- В рамках постпроектной деятельности планируется совместно с командой управления социальной защиты населения администрации Старооскольского городского округа разработать план смены-интенсива палаточного лагеря для семей, находящихся в трудной жизненной ситуации, неполных семей.

- Также планируется участие в грантовых конкурсах различного уровня с концепцией дальнейшего развития семейного палаточного лагеря.



cveta1102@mail.ru
<https://vk.com/id469797646>

КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА СВЕТЛАНЫ ВОСТОКОВОЙ:

ПЛЮСЫ



Предполагается развитие проекта в виде создания клуба по интересам. Это очень хорошо, когда проект создает условия для формирования и поддержки живого сообщества благополучателей.



Очень интересная идея у авторов проекта: создание бренда «Пятки из палатки».



В планах команды проекта: тиражирование проекта по организации семейного досуга на территориях других регионов.



ЗОНЫ РОСТА



Требуется большая конкретика относительно взаимодействия с управлением социальной защиты населения: совместно составят план — это про что? Что это даст проектной команде, благополучателям?



Финансовый источник дальнейшего развития проекта — лишь грантовые средств. Наличие одного источника — это всегда риск. Следовало бы рассмотреть долгосрочные взаимоотношения с местным бизнесом, органами власти.

РЕКОМЕНДАЦИИ



Рассмотрите разные сценарии развития проекта: через освоение новой услуги для целевой аудитории, через расширение территории реализации проекта и через расширение границ целевой аудитории.



Важно при этом указывать возможные источники ресурсов для развития. И если говорить о своеобразном рейтинге таких источников, то в топе будут такие, как «долгосрочные партнерские отношения с бизнесом» (при этом следует быть максимально конкретными, указать, что за бизнес, приложить, как вариант, соглашение о сотрудничестве), «готовность органов власти внести ключевые



мероприятия проекта в ежегодный традиционный календарь событий территории с финансированием из бюджета» (не забывайте сразу подтверждать намерения, как минимум письменным согласием от органа власти), «готовность бюджетного учреждения взять на баланс появившееся пространство, площадку и пр.», это позволит решить вопрос с коммунальными расходами и т.д.



Рассмотрите возможность монетизировать, хотя бы частично, свои услуги в рамках проекта. Переход из социального проекта в статус проекта социального предпринимательства без потери доступности и качества услуг для благополучателей — это один из успешных сценариев большого будущего для вашего проекта!

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ

НАЗВАНИЕ ЭТАПА/МЕРОПРИЯТИЯ	СРОК РЕАЛИЗАЦИИ
Подготовительный	
Проведение социологических опросов среди жителей Старооскольского городского округа силами волонтерского корпуса	01.06.2020–30.06.2020
Проведение опросов в сети Интернет с целью выявления наиболее интересных для молодых семей мероприятий в ходе смен лагеря	01.06.2020–30.06.2020
Собрание рабочей группы на базе МАУ «ЦМИ» по разработке и утверждению форм анкеты-заявки участника лагеря, перечня необходимых личных вещей, анкет-отзывов по итогам прохождения лагерных смен	01.06.2020–30.06.2020
Приобретение необходимой материальной базы в соответствии со сметой проекта	01.06.2020–12.07.2020
Распространение информации о старте реализации проекта в основных новостных пабликах региона и социальных сетях партнеров проекта	01.06.2020–30.06.2020
Организация на базе МАУ «ЦМИ» работы штаба лагеря по приему заявок на участие в лагерных сменах	01.06.2020–21.06.2020
Проведение интернет-конкурса семейных фотографий для участия в одной из смен лагеря «Хочу в палатку!» с хештегами #ПяткиИзПалатки, #СделаемВместе2020	15.06.2020–20.07.2020

НАЗВАНИЕ ЭТАПА/МЕРОПРИЯТИЯ	СРОК РЕАЛИЗАЦИИ
Реализация	
Подготовка места проведения лагеря к заезду участников. Проводится перед заездом каждой смены	01.07.2020–20.09.2020
Проведение собрания с участниками каждой смены лагеря перед каждым заездом	01.07.2020–20.09.2020
Трансфер участников каждой смены к месту проведения палаточного лагеря	01.07.2020–20.09.2020
Торжественное открытие первой смены и сезона работы лагеря «Пятки из палатки»	17.07.2020–19.07.2020
Инструктаж по использованию туристского снаряжения. Семинар «Школа выживания». В ходе каждой смены	17.04.2020–20.07.2020
Работа спортивного инструктора лагеря: утренняя зарядка, вечерняя заминка. В ходе каждой смены	17.07.2020–20.09.2020
Проведение творческих мастер-классов и мастер-классов по ДПТ для участников лагеря. В ходе каждой смены	17.07.2020–20.09.2020
Работа семейных психологов. Групповые занятия и консультации по обращению. В ходе каждой лагерной смены	17.07.2020–20.09.2020
Семинар по начальной военной подготовке, семинар по оказанию первой помощи. В ходе каждой лагерной смены	17.07.2020–20.09.2020

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ

НАЗВАНИЕ ЭТАПА/МЕРОПРИЯТИЯ	СРОК РЕАЛИЗАЦИИ
Реализация	
Мастер-класс по полевой кухне. В ходе каждой лагерной смены	17.07.2020–20.09.2020
Вечер самодеятельности «Песни у нашего костра». В ходе каждой лагерной смены	17.07.2020–20.09.2020
Пеший туристический поход по разработанному маршруту с возвращением в лагерь. В ходе каждой лагерной смены	17.07.2020–20.09.2020
Спортивный семейный праздник «Маршрут здоровья». В ходе каждой лагерной смены	17.07.2020–20.09.2020
Торжественное закрытие лагерного сезона 2020 года	18.09.2020–20.09.2020
Создание информационного видеоролика и распространение его в социальных сетях проекта и партнеров проекта	17.07.2020–31.10.2020

НАЗВАНИЕ ЭТАПА/МЕРОПРИЯТИЯ	СРОК РЕАЛИЗАЦИИ
Заключительный	
Составить график встреч клуба по интересам из числа участников лагеря с приглашением новых членов на базе МАУ «Центр молодежных инициатив»	21.09.2020–27.09.2020
Провести встречи клуба по интересам из участников палаточного лагеря, а также новых членов клуба согласно графику встреч	01.10.2020–31.10.2020
Провести аналитическую работу по итогам работы лагеря молодых семей «Пятки из палатки» в целях дальнейшей реализации проекта	01.10.2020–31.10.2020
Разработать план проведения палаточного лагеря для молодых семей «Пятки из палатки 2.0» на 2021 год	01.10.2020–31.10.2020



КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ИРИНЫ НАСОНОВОЙ:



ПЛЮСЫ



План содержит подробное описание деятельности команды проекта в рамках стандартных трех основных этапов.



Уделено много внимания информационному продвижению проекта.

ЗОНЫ РОСТА



Для отбора участников в одной из смен проводится интернет-конкурс, а для двух других отбор участников не указан.



Следует запланировать финальное мероприятие, подводящее итоги всего проекта, своеобразную точку в реализации проекта. Как минимум получить от участников проекта обратную связь: что удалось, что нет, как можно улучшить работу, как они видят дальнейшее развитие? И не забыть поблагодарить партнеров!



iriv73@mail.ru

https://vk.com/center_partner

РЕКОМЕНДАЦИИ



Самое важное при составлении календарного плана — соблюсти принцип «необходимо и достаточно». Убедитесь, что мероприятий ровно столько, сколько необходимо для того, чтобы в полном объеме решить все поставленные задачи.



Не следует отражать в плане проекта действия по управлению проектом, организационные мероприятия, такие как рабочие встречи, разработка сценария, приобретение оборудования, наем персонала, подготовка отчета и т.д. Важно, как будет организовано взаимодействие с целевой аудиторией.

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

3

смены палаточного лагеря проведено

45

волонтеров из числа молодежи

150

участников трех смен палаточного лагеря

2

новостных сюжета в телевизионных СМИ

КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- Главным качественным показателем проекта станет создание устойчивого сообщества единомышленников из числа молодых семей Старооскольского городского округа с возможностью увеличения и привлечения новых участников.
- Наличие постоянной материальной базы позволит в дальнейшем членам сообщества самостоятельно предлагать к реализации варианты походов и маршрутов, семейных выездов и т.д.
- Для каждого участника проекта прогнозируем развитие личности путем положительной мотивации к здоровому образу жизни, переоценку жизненных позиций и моральных ценностей.
- Молодым семьям региона предоставится возможность расширения видов и форм общения детей и родителей.
- Команда проекта готова в дальнейшем самостоятельно продолжать его реализацию, развивать движение молодых семей под брендом лагеря «Пятки из палатки».



КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ОЛЬГИ КРИВОЛАПОВОЙ:



olga.shamelo@yandex.ru
<https://vk.com/id91453768>

ПЛЮСЫ



- + Выделены как количественные, так и качественные результаты.
- + Сформулированы все важные количественные результаты.
- + Количественные результаты диагностируемые.
- + Обозначены результаты для команды проекта.

ЗОНЫ РОСТА



Нет диагностируемых качественных результатов, т.е. каждый результат должен иметь численный показатель, ровно для того, чтобы по итогу реализации (либо в ходе) можно было бы четко ответить на вопрос о том, в какой степени результат уже достигнут.



Результаты не отражают решения всех поставленных в проекте задач, например, задача № 1 предполагает создание базы данных о молодых семьях. В результатах мы не видим этой базы.



В описании проблемы указывалось, что увеличивается количество разводов среди семей и описаны причины, которые привели к данной ситуации, сказано о проблемах коммуникации. При этом в результатах речь про создание сообщества, а не про решение обозначенной проблемы и ее причин.



Прогнозируются личные результаты для каждого участника проекта. А как будут измерять? К сожалению, измерители результатов совсем отсутствуют.

КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ОЛЬГИ КРИВОЛАПОВОЙ:



olga.shamelo@yandex.ru
<https://vk.com/id91453768>

ПРИМЕРЫ УДАЧНОГО ОПИСАНИЯ

Рассмотрим одну из задач проекта «Организовать работу клуба по интересам на базе МАУ "Центр молодежных инициатив" из числа семей, прошедших лагерь, с вовлечением новых участников.»

Через достижение следующих результатов можно проиллюстрировать решение задачи.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ:

- не менее 7 семей (25 человек), ранее не участвовавших в палаточных лагерях, будут вовлечены в работу клуба (журнал регистрации членов клуба)
- всего в состав клуба войдут не менее 27 семей (число анкет на вступление в клуб)
- проведено не менее 3 тематических встреч в клубе (фотоотчет, отзывы участников встреч)

- в работе клуба (во встречах) приняло участие не менее 17 семей (фотоотчет, журнал регистрации)

КАЧЕСТВЕННЫЕ:

- не менее 20 семей из 27, участниц палаточного лагеря, изъявят желание войти в клуб по интересам (анкетирование)
- не менее 94% участников клуба будут удовлетворены встречами на базе клуба (опрос)

ВОЗМОЖНЫЕ КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ, ОТРАЖАЮЩИЕ РЕШЕНИЕ ОБОЗНАЧЕННОЙ ПРОБЛЕМЫ:

- улучшилась коммуникация между членами семей — участниками проекта не менее чем у 75%. (Измеритель: данные анкетирования, психологическое тестирование, результаты игры и т.д.)

КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ОЛЬГИ КРИВОЛАПОВОЙ:



olga.shamelo@yandex.ru
<https://vk.com/id91453768>

РЕКОМЕНДАЦИИ



Результаты следует формулировать к каждой задаче и цели проекта.



Возле каждого результата опишите способ его отслеживания, фиксации.



Все результаты (и количественные, и качественные) должны быть измеримыми.



Не забывайте, что бюджет проекта должен быть соизмерим с его результатами — как качественными, так и количественными.



Очень хорошо, когда каждый результат имеет объективно проверяемый численный показатель.



БЮДЖЕТ

РАСХОДЫ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ ТМЦ



ПРИОБРЕТЕНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

СТАТЬЯ РАСХОДОВ	ЗАПРАШИВАЕМЫЕ СРЕДСТВА	СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА	ВКЛАД ПАРТНЕРОВ	СУММА, РУБ.
Шатер кемпинговый Tramp Mosquito Lux Green V2 X 1 шт. X 16 тыс. руб. Для организации работы штаба лагеря.	16 000	0	0	16 000
Tramp Lite палатка Tourist 2 X 18 шт. X 4,3 тыс. руб. Для проживания участников лагеря в ходе смен.	64 500	12 900	0	77 400
Tramp палатка Brest 4 (V2) X 3 шт. X 18,85 тыс. руб. Для проживания организаторов и волонтеров в ходе лагерных смен.	37 700	8 850	0	56 550
Totem палатка душ/туалет Privat (V2) X 2 шт. X 3,3 тыс. руб. Для организации мест личной гигиены для участников лагерных смен.	6 600	0	0	6 600
Набор Стол складной (водостой) 60x120, 4 табурета X 2 шт. X 4,3 тыс. руб. Для организации мест отдыха и приема пищи участниками лагерных смен.	8 600	0	0	8 600
Флаговые конструкции с символикой лагеря X 4 шт. X 3,5 тыс. руб. Для создания идентичности и продвижения бренда палаточного лагеря.	0	14 000	0	0
Кемпинговая палатка на 8 человек X 2 шт. X 20 тыс. руб. Для проживания волонтеров в ходе смен лагеря.	0	40 000	0	40 000

СТАТЬЯ РАСХОДОВ	ЗАПРАШИВАЕМЫЕ СРЕДСТВА	СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА	ВКЛАД ПАРТНЕРОВ	СУММА, РУБ.
Портативная акустика JBL PartyBox 1000 X 1 шт. X 53,74 тыс. руб. Для организации торжественного открытия и закрытия лагерных смен и проведения культурно-досуговых мероприятий.	0	53 740	0	53 740
Радиомикрофон Sennheiser XSW 2-835-A X 1 шт. X 35 тыс. руб. Для организации торжественного открытия лагерных смен и проведения культурно-досуговых мероприятий.	0	35 000	0	35 000
ИТОГО:	133 400	174 490	0	307 890
ПРИБРЕТЕНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ				
Мешок спальный NOVUS Standart 200 X 45 шт. X 1,2 тыс. руб. Для организации условий для сна участников лагерных смен.	36 000	18 000	0	54 000
Плита газовая наст. газ. Следопыт UltraEnergy керамика X 2 шт. X 1,8 тыс. руб. Для организации питания участников лагерных смен.	3 600	0	0	3 600
Коврик двухслойный, цветной 180x60x8 X 45 шт. X 0,5 тыс. руб.	15 000	7 500	0	22 500
Казан походный 12 литров X 3 шт. X 2 тыс. руб. Для организации питания участников лагерных смен.	0	6 000	0	6 000
Фонарь налобный аккумуляторный суперъяркий X 15 шт. X 0,6 тыс. руб. Для возможности комфортного перемещения участников по территории в вечернее время.	6 000	3 000	0	9 000
Фонарь кемпинговый «Космос» аккумуляторный X 6 шт. X 0,75 тыс. руб. Для организации освещения мест общего пользования лагеря в вечернее время.	2 250	2 250	0	4 500

СТАТЬЯ РАСХОДОВ	ЗАПРАШИВАЕМЫЕ СРЕДСТВА	СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА	ВКЛАД ПАРТНЕРОВ	СУММА, РУБ.
Перчатки хлопчатобумажные, комплект 5 пар X 20 шт. X 0,16 тыс. руб. Для соблюдения техники безопасности участниками лагеря и организаторами во время проведения спортивных, туристских и иных мероприятий.	0	3 200	0	3 200
Мешки для мусора 120 л, завязки, синие, в рулоне 10 шт. X 10шт. X 0,16 тыс. руб. Для сбора бытовых и иных отходов в ходе проведения лагерных смен.	0	1 600	0	1 600
Бумажные полотенца в рулонах X 25 шт. X 0,07 тыс. руб. Для организации мест приема пищи и мест личной гигиены участников лагерных смен.	0	1 750	0	1 750
Душ-топтун педальный Zenet X 1 шт. X 1,75 тыс. руб. Для организации мест личной гигиены участников лагеря.	1 750	0	0	1 750
Рукомойник-умывальник X 5 шт. X 0,2 тыс. руб. Для организации мест личной гигиены участников лагеря.	1 000	0	0	1 000
Трамр чайник походный алюминиевый 0,9 л X 3 шт. X 1 тыс. руб.	1 000	2 000	0	3 000
Расходные материалы для проведения творческих мастер-классов (бумага, краски, ткань, карандаши, пластилин, аквагрим и т.д.).	0	4 000	0	4 000
ИТОГО:	66 600	49 300	0	115 900

РАСХОДЫ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ ТМЦ

ТРАНСПОРТНЫЕ РАСХОДЫ (АРЕНДА, ГСМ)

Транспортные услуги для 3 смен палаточного лагеря	0	15 000	0	15 000
ОБЩИЙ ИТОГ:	200 000	238 790	0	438 790

КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ЕЛЕНЫ БАБИНОЙ:



babinael@mail.ru
<https://vk.com/elenababina2013>

ПЛЮСЫ



- + Наименование товаров и услуг в бюджете конкретно, с точным названием — это показывает не поверхностный подход к составлению сметы для проекта, а тщательную работу команды.
- + Более 50% ресурсов, необходимых для реализации задуманного, обеспечиваются за счет собственного вклада организации.

ЗОНЫ РОСТА

- Не отражены все важные ресурсы, без которых невозможно осуществить проект, например, не отражена работа команды проекта (руководитель, бухгалтер и т.д.).
- Отсутствует отражение ресурсного партнерского вклада в реализацию проекта. Необходимо помнить — участие каждого партнера подтверждается информацией в бюджете проекта.
- В бюджете отсутствуют комментарии. Они необходимы к каждой строке бюджета. В комментариях обычно авторы отвечают на следующие вопросы:
 - зачем данный ресурс, как он будет использоваться в рамках проекта?
 - почему запрашивается именно такое количество?
 - почему по определенной цене (приложите ссылку на сайт продавца при наличии)?
 - если речь про вклад партнеров, укажите это
 - как данный ресурс будет доставляться?
 - если запрашиваются средства на дорогостоящее оборудование, как будет использоваться после проекта?



КОММЕНТАРИИ ОТ ЭКСПЕРТА ЕЛЕНЫ БАБИНОЙ:



babinael@mail.ru

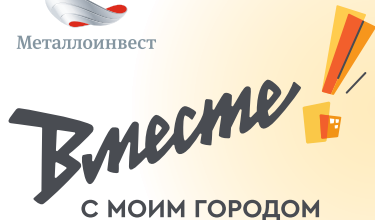
<https://vk.com/elenababina2013>

РЕКОМЕНДАЦИИ



- ✓ Переходите к бюджету только тогда, когда полностью выстроена логика проекта и подробно описаны мероприятия в проекте и то, что необходимо для их реализации.
- ✓ Для каждого мероприятия проекта следует перечислить все необходимые ресурсы, независимо от их наличия на момент заполнения заявки.
- ✓ Все ресурсы (в том числе вклад партнеров, собственные, например имеющееся в наличии оборудование — чайный сервиз, компьютер, стулья и т.д., участие друзей в организации мероприятия проекта и др.) оцениваем в денежном эквиваленте
- ✓ При расчете в бюджете необходимо закладывать время и ресурсы не только на проведение мероприятия, но и на его подготовку (аренда помещения, оборудование, инвентарь, транспортные расходы, питание, подготовка раздаточных материалов, др.).
- ✓ Если техника, оборудование необходимы для краткосрочного мероприятия, лучше ориентироваться на его аренду, а не на приобретение.
- ✓ При планировании приобретения оборудования учитывать его доставку.
- ✓ Для расчета НДФЛ можно использовать калькулятор: <https://calc.consultant.ru/ndfl>
- ✓ При расчете оплаты труда рекомендуем указать в комментариях процент занятости в проекте штатных специалистов и конкретный объем выполняемых приглашенным специалистом работ (количество часов/дней работы специалиста); указать стоимость часа/дня работы или расценки за выполнение единицы объема работ, отметить соответствие примененных расценок к среднему уровню оплаты специалиста данного профиля и данной квалификации в регионе).

«ВМЕСТЕ! С МОИМ ГОРОДОМ» — ЭТО ПРОГРАММА ОБЩЕГОРОДСКИХ ГРАНТОВЫХ КОНКУРСОВ, ИНИЦИИРОВАННАЯ КОМПАНИЕЙ «МЕТАЛЛОИНВЕСТ»



Конкурс направлен на поддержку наиболее значимых проектов и инициатив местных сообществ в решении актуальных социальных проблем и создание условий для повышения активности граждан, способных реализовать яркие инновационные идеи.

Подробнее узнать о конкурсе и подать заявку на участие:

- Старый Оскол <http://vmeste.oskol.city/>
- Губкин <http://vmeste.gubkin.city/>
- Железногорск <http://vmeste.zhel.city/>

