

# Рабочая тетрадь по социальному проектированию





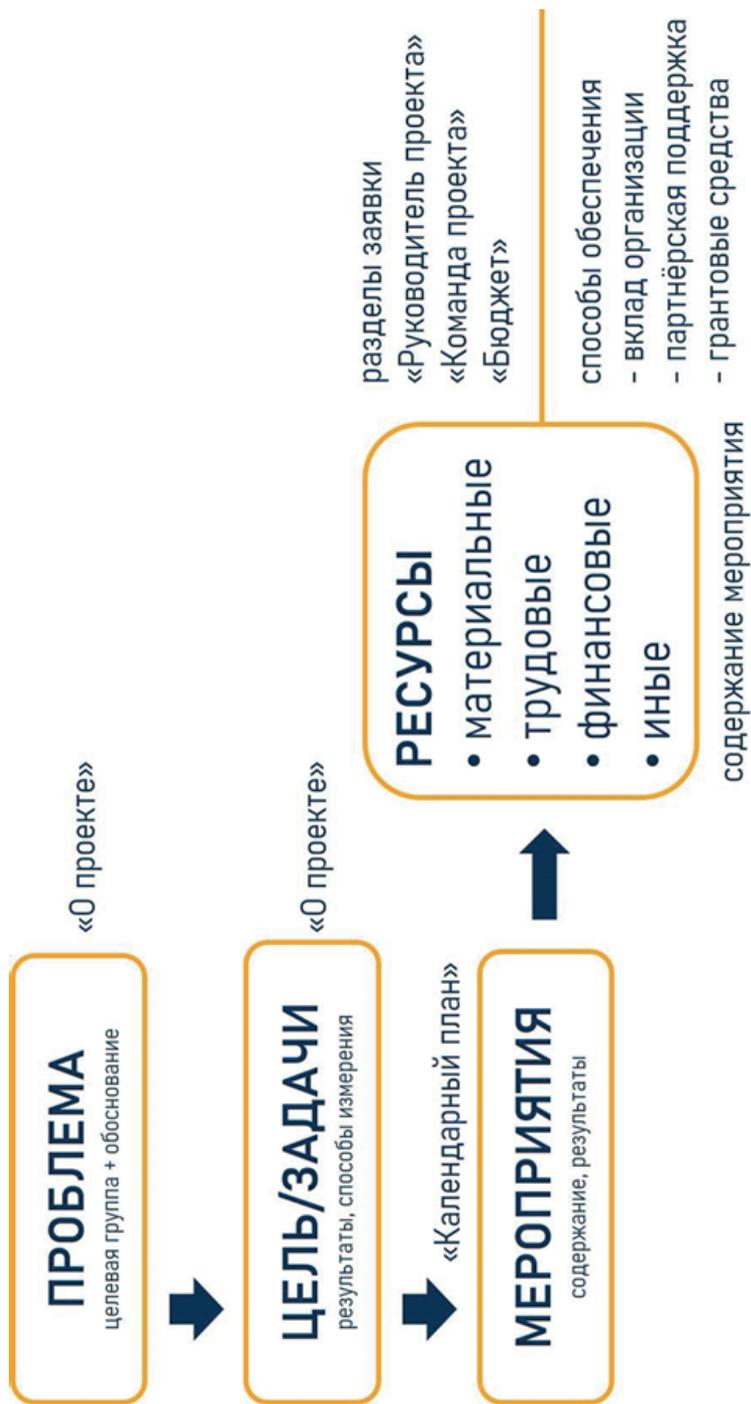
# Содержание

Раздел 1. Целевая группа. Обоснование проблемы.....	4
Раздел 2. Цели. Задачи. Результаты.....	14
Раздел 3. Календарный план. Команда.....	19
Раздел 4. Бюджет грантового проекта.....	30
Для заметок.....	40

Полезный телеграм-канал  
«Третий не лишний»



# Проектная логика





# Терминология

В грантовых конкурсах используют такие термины как «Проект», «Заявка», «Грант». У разных грантодателей могут быть свои определения в зависимости от особенностей конкурса и Положения.

Для удобства коммуникации мы предлагаем зафиксировать, какое значение мы понимаем под данными терминами в рамках обучения.

**Впишите соответствующие термины и пропущенные слова.**

Термин	Определение
	комплекс взаимосвязанных _____, направленных на достижение конкретных общественно полезных _____ для решения _____.
	_____, описанный по форме для представления на конкурс с целью получения недостающих _____ на реализацию проекта
	_____, _____, невозвратное _____ на реализацию проекта на определённых условиях (деньги)

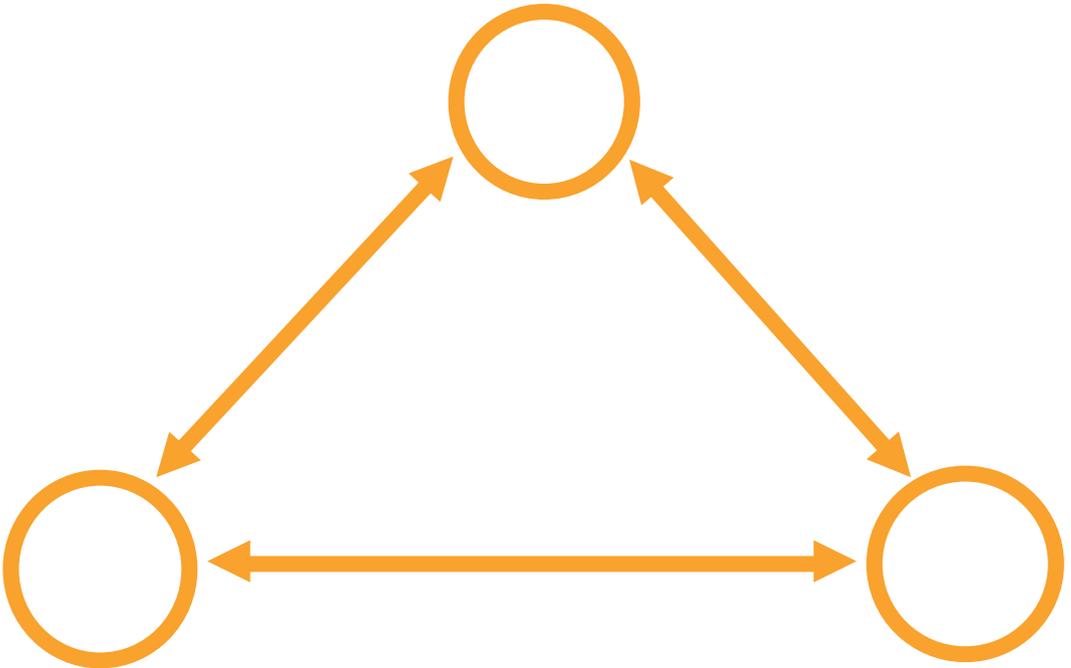
# Стороны, заинтересованные в успешной реализации грантового проекта

Для тех, кто впервые встречается с социальным проектированием, может быть непонятно, для чего важно определять целевую группу (кто это?), зачем формулировать цели и задачи (каким образом решать проблему?) и почему результаты необходимо обозначить в самом начале работы (кому это и как поможет?).

Разрабатывая проект и заполняя заявку, можно пойти самым простым и очевидным путём – взять заявку и начать её заполнять, не углубляясь в логику её содержания. Можно пойти другим путём – понять логику этой заявки, абсолютно все поля в ней взаимосвязаны друг с другом. Понимая логику проектирования, гораздо легче проработать проект и заполнять заявку. При этом работать над проектом и/или заявкой можно параллельно двумя способами.

Для того, чтобы понимать взаимосвязь проекта и заявки, важно знать тех, кто заинтересован в успешной реализации проекта.

## Заполните схему



# Проблемная ситуация

Как понять, какая проблема подходит для разработки проектов? Чаще всего, есть некая проблемная ситуация, которая чем-то не устраивает группу людей. И, скорее всего, мы знаем, как она должна выглядеть/протекать, у нас есть какой-то «правильный» образ этой ситуации. Мы понимаем, что можем сейчас как-то воздействовать на людей, среду, условия, чтобы достичь этот «правильный» образ.

## 1. Опишите проблемную ситуацию целевой группы

---

---

---

---

---

---

---

## 2. Как, по-вашему, должна выглядеть ситуация в правильном ключе

---

---

---

---

---

---

---

# Гипотеза проблемы

В проблемной ситуации важно понимать, почему она возникла и у какой группы людей? Кто нуждается в её решении и заинтересован в этом?

Например, в г. Хабаровске много ДТП с участием детей. Почему возникла данная ситуация? Возможно, в городе дети-пешеходы в возрасте от 6 до 15 лет не соблюдают ПДД при переходе через дорогу, тогда в решении проблемной ситуации нуждаются дети указанного возраста. Мы можем предположить, что проблема в том, что ДТП возникают из-за несоблюдения правил дорожного движения детьми.

Возможен другой вариант – водители не соблюдают скоростной режим или правила перевозки детей, из-за чего дети становятся участниками ДТП. Тогда в решении проблемной ситуации заинтересованы и водители, и дети, но существенно разрешится ситуация в случае работы с автолюбителями.

Важно понимать, кто нуждается, кто заинтересован в решении проблемы для того, чтобы понимать, можете ли вы влиять на решение данной проблемы или вообще решить её, в чём заключается сама проблема, по каким причинам она возникла и до сих пор не решена частично или полностью. Именно это поможет в дальнейшем выбирать эффективные способы решения проблемы, подбирать команду специалистов под требуемые задачи, формировать бюджет на расходы.

## Сформулируйте гипотезу у целевой группы

---

---

---

---

---

---

---

---

## Для кого будете решать проблему?

---

---

---

---

---

---

---

---

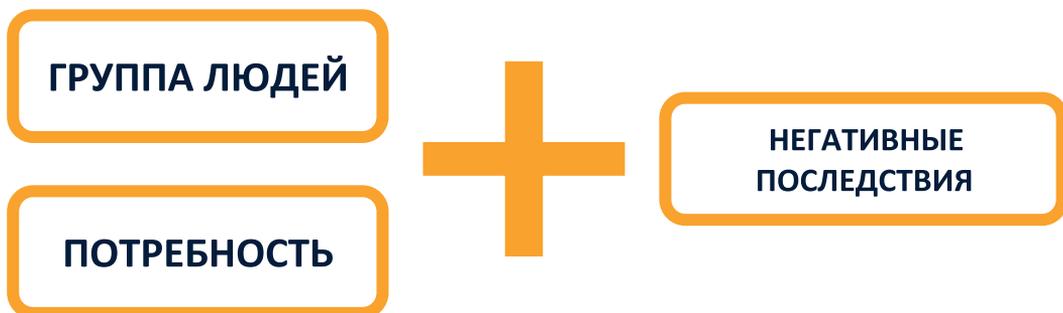
# Проблема целевой группы

После того как мы сформулировали гипотезу, определили группу людей, которые нуждаются в решении проблемы, необходимо проверить гипотезу на соответствие реальным обстоятельствам. Мы должны убедиться, что проблема не выдумана нами. С добрыми намерениями и только из лучших побуждений нам может казаться, что проблема существует, есть кто-то, кто нуждается в её решении, но в реальности может оказаться, что текущую ситуацию выбранная группа людей не считает проблемной, или не нуждается в её решении.

Гипотез может быть несколько. В процессе проверки гипотез на соответствие реальной ситуации гипотезы могут подтверждаться или нет, могут возникать новые гипотезы. Наша задача – выяснить, какая проблема существует, кто нуждается и заинтересован в её решении.

В ходе собственного исследования можно уделить отдельное внимание причинам возникновения проблемы и её существования по сей день. Как так получилось, что проблема появилась у ЦГ и почему её до сих пор никто не устранил?

Далее, мы переходим к формулировке самой проблемы. Для удобства мы предлагаем использовать следующую формулу:



Сформулируйте проблему ЦГ по формуле

---

---

---

---

---

# Целевая группа. Характеристики

Ниже приведены характеристики, по которым можно описывать целевую группу. Используйте только те, которые важны для описания ЦГ вашего проекта.

- пол, возраст, образование, национальность, семейное и финансовое положение, сфера работы, состояния здоровья
- образ жизни, как организован быт, где проводят время, досуг и хобби, откуда узнают информацию
- жизненная позиция, ценности, страхи
- количество на территории реализации проекта

Выпишите ниже те характеристики, которые вам уже известны про ЦГ

---

---

---

---

---

---

---

Выпишите ниже те характеристики, по которым вы ещё будете изучать ЦГ проекта

---

---

---

---

---

---

---

# Обоснование актуальности и значимости проблемы

Кроме формулировки проблемы и определения целевой группы важно подтвердить ваши тезисы ссылками из достоверных источников. Таких может быть несколько, выбирайте те, которые будут соответствовать информации в заявке.

Статистические данные, сформированные на основе ответов жителей Российской Федерации, не подходят для обоснования наличия и актуальности проблемы жителей конкретного региона или города. То же касается и других характеристик целевой группы или ключевых параметров сформулированной проблемы.

В обосновании должен быть использован хотя бы один вид основного источника информации. Дополнительные не могут обособленно использоваться в качестве подтверждения ваших тезисов.

Основные	Статистика + результаты готовых исследований
	Собственные исследования (опросы, интервью)
	Собственный опыт наблюдения за ЦГ (описанный практический опыт)
	Ранее реализованные проекты с данной ЦГ
Дополнительные	СМИ
	Стратегии, гос.программы, нац.проекты (рег.проекты)

## Цель проекта

Цель проекта напрямую связана с проблемой целевой группы и глубиной её изучения нами. В хорошем варианте во время исследования проблемы ЦГ и проверки гипотез важно определить, а какое решение будет эффективным и востребованным для ЦГ. Ведь важно, чтобы способ решения (механизм, методика) отвечали запросам целевой группы и помогли достигать нужного «правильного» сценария.

**Цель проекта можно формулировать, опираясь на разные формулы, мы предлагаем следующую:**



# Цель проекта. Примеры

Определите составные части цели в приведенных ниже примерах

Формирование и повышение повседневной экологической культуры среди жителей г. Кирова и Кировской области, в том числе, семей с детьми 7-16 лет, путем вовлечения в комплекс мероприятий по сбору, переработке, перераспределению вещей, образовательного творческого пространства  
в период с 01.08.2023 по 31.07.2024

Создание и безвозмездное распространение индивидуального, многофункционального набора для досугового сопровождения детей от 3х до 11 лет, находящихся на кардиохирургических отделениях клиник Санкт-Петербурга, который направлен на информационно-психологическую поддержку детей во время госпитализации

**Сформулируйте цель вашего проекта**

---

---

---

---

---

---

---

# Проектная логика

Теперь у нас есть представление о проблеме целевой группы, её ключевые характеристики (те, по которым нам важно знать ЦГ проекта), позитивный социальный эффект (или та самая «правильная» ситуация, которая должна случиться с ЦГ после решения проблемы) и цель проекта.

Что же дальше? Далее возникает логичный вопрос: а что мешает ЦГ прямо сейчас оказаться в этой «правильной» ситуации, чтобы её проблема была решена?

Препятствия. На данный момент есть некоторые ситуации, процессы или, наоборот, их отсутствие, которые мешают ЦГ прямо сегодня оказаться в «правильной» ситуации.

**Как определить, что мешает ЦГ решить проблему сейчас:**

---

---

---

**Запишите не менее 2-х препятствий ЦГ на пути к «правильной» ситуации**

---

---

---

---

---

---

---

---

## Проектная логика - \_\_\_\_\_

С вниманием теперь посмотрим на те препятствия, которые мы сформулировали. Что нам надо сделать, чтобы ЦГ оказалась в «правильной» ситуации, когда проблема уже решена? Можем ли мы устранить эти препятствия или создать такие условия, при которых их влияние будет минимизировано?

С большей вероятностью – да, можем, если на предыдущих этапах соблюдали проектную логику.

**Каждое ранее выписанное препятствие сформулируйте в действие-решение, которое или полностью поможет устранить препятствие, или сократит его влияние на ЦГ**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Вывод, или зачем мы перефразировали препятствия:**

---

---

---

---

---

---

# Проектная логика

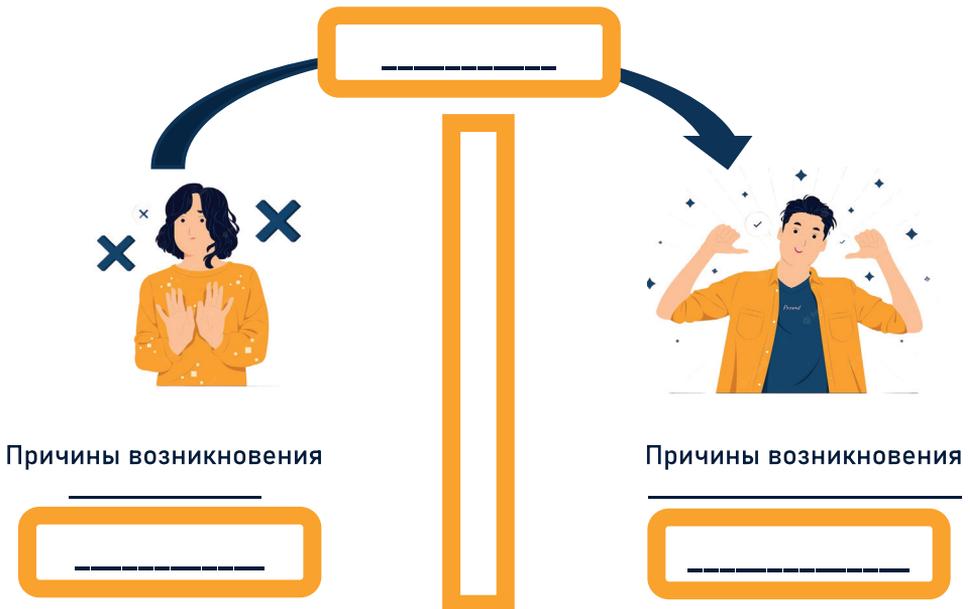
Резюмируем. Мы знаем проблему ЦГ, характеристики этой группы людей, знаем, какой должна быть «правильная» ситуация, в которой проблемы ЦГ решены.

Также мы сформулировали цель, которая отражает, что мы будем делать и для чего в рамках запланированных мероприятий. Мы выяснили, что мешает ЦГ прямо сейчас оказаться в «правильной» ситуации и достичь цели, исходя из этого, сформулировали, что надо сделать, чтобы оказаться в этой точке будущего. Так от препятствий мы перешли к задачам проекта.

Следующий шаг не разработка календарного плана, как может показаться, а конкретизация той самой «правильной ситуации». Важно это сделать сейчас, чтобы на первоначальном этапе, когда мы еще не начали подбирать команду под задачи, разрабатывать календарный план и считать бюджет, проверить себя на соответствие проектной логике.

Помогает ли всё, что мы разработали до данного этапа достичь желаемого?

## Впишите пропущенные слова в схеме



# Проектная логика - \_\_\_\_\_

Мы проделали трудоёмкую работу для того, чтобы помочь ЦГ достичь той самой «правильной» ситуации. Теперь возникает закономерный вопрос, а как мы поймем, что ЦГ достигла той самой правильной ситуации? И самое главное, как эта «правильная» ситуация вообще детализирована, что из себя представляет и как отражается в заявке? В проектировании – это результаты.

Результаты бывают двух видов: количественные и качественные

**Определите, какие данные относятся к количественным, а какие к качественным результатам**

считаются в людях из числа ЦГ	отражают изменения проблемы ЦГ
связаны с результатами календарного плана напрямую	могут быть представлены в навыках, знаниях, условиях и т.д.

**Определите результаты вашего проекта и способы их измерения**

**количественные результаты**

**способ измерения**

---



---



---



---



---



---



---



---

**качественные результаты**

**способ измерения**

---



---



---



---



---



---



# Карточка мероприятия

Ниже представлена «карточка» мероприятия для заполнения в заявке

## ДОБАВИТЬ МЕРОПРИЯТИЕ ✕

Внимание! Все поля обязательны для заполнения.

**Решаемая задача** \* ?

Выберите задачу ▾

**Целесообразно ли размещение сведений о мероприятии на информационных ресурсах фонда?** \*

Выберите значение ▾

**Мероприятие, его содержание, место проведения** \* ?

3000

**Дата начала** \* ?

Выберите дату 📅

**Дата окончания** \* ?

Выберите дату 📅

**Ожидаемые результаты** \* ?

3000

Отменить Сохранить

# Карточка мероприятия – что здесь важно указать

Содержание мероприятия

A large, empty rounded rectangular box with a thick orange border, intended for writing the content of the event.

Результаты мероприятия

A large, empty rounded rectangular box with a thick orange border, intended for writing the results of the event.

# Мероприятия, которые решают задачу

Теперь для каждой задачи необходимо определить перечень мероприятий, которые помогут её решить. Для решения одной задачи необходимо не менее двух мероприятий. Если задача решается одним мероприятием, то, скорее всего, задача и есть мероприятие или мероприятие недостаточно конкретизировано.

**Сформулируйте перечень из двух-трёх мероприятий для одной из задач проекта**

**Задача 1:**

---

---

---

**Название мероприятия № 1 и период проведения:**

---

---

---

**Краткая характеристика**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Ожидаемые результаты**

---

---

---

---

---

**Название мероприятия №2 и период проведения:**

**Краткая характеристика**

**Ожидаемые результаты**

**Название мероприятия №3 и период проведения:**

**Краткая характеристика**

**Ожидаемые результаты**

# Мероприятия, которые решают задачу

Описание мероприятия должно быть таким, чтоб было понятно, как мы взаимодействуем с целевой группой и другими заинтересованными лицами; кто из команды или привлеченных специалистов участвует в организации и проведении; какие расходные материалы или оборудование необходимы для проведения.

Вопросы, которые помогут конкретизировать мероприятие

1. В чём суть / идея мероприятия?
2. Что конкретно, и кто будет делать?
3. Как взаимодействуем с ЦГ?
4. Какое количество участников ожидаем?
5. Сколько длится мероприятие:
6. Где проходит мероприятие?
7. Что в итоге мероприятия?
8. Как мы узнаем, что результат мероприятия достигнут?
9. Как результаты мероприятия влияют на количественные и качественные результаты проекта?
10. Мероприятие будет повторяться? Сколько раз?
11. Как мы будем рассказывать про мероприятие публично? На каких ресурсах?

Для заметок

---

---

---

---



# Механизм реализации, формат мероприятий

**Практическое задание:** выберите формат мероприятия на первую букву своей фамилии и целевую группу на последнюю цифру вашего номера телефона. Опишите мероприятие.

Например, Иванов Николай, номер: 8-999-999-99-99 описывает фестиваль для семей с детьми с ОВЗ

## Формат мероприятия

- |                              |                            |
|------------------------------|----------------------------|
| А – Деловой завтрак          | О – Открытый микрофон      |
| Б – Баттл                    | П – Электронный ресурс     |
| В – Выставка                 | Р – Реконструкция          |
| Г – Деловая игра             | С – Настольная игра        |
| Д – Дискуссионный клуб       | Т – Ток-шоу                |
| Е – Туристический маршрут    | У – TED-х                  |
| Ж – Практические занятия     | Ф – Флешмоб                |
| З – Ярмарка                  | Х – Форум                  |
| И – Фестиваль                | Ц – Тренинг                |
| КА-КЛ – Квест                | Ч – Соревнования           |
| КМ-КУ – Коллаборация (извне) | Ш – Тематическая вечеринка |
| КФ-КЯ – Пошив одежды         | Щ – Цифровой продукт       |
| Л – Лагерь                   | Э – Видеоматериалы         |
| М – Кейс-сессия              | Ю – Мобильное приложение   |
| Н – Публикация книги         | Я – Конкурс                |

## Целевая группа

- 0 – дети 7-12 лет
- 1 – подростки 15-17 лет
- 2 – пожилые 65+
- 3 – граждане 45-65 лет
- 4 – многодетные семьи
- 5 – дети 0-7 лет
- 6 – молодежь 26-35 лет
- 7 – студенты 18-25 лет
- 8 – подростки 12-15 лет
- 9 – семьи, где в числе детей – ребенок с ОВЗ

# Практическое задание

Название мероприятия и период проведения:

---

---

---

---

---

Краткая характеристика

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Ожидаемые результаты

---

---

---

# Портрет специалиста

После того как мы сформировали календарный план и знаем, какие мероприятия должны быть проведены, мы можем определить, какие навыки, знания и компетенции должны быть у специалистов, которые будут их реализовывать.

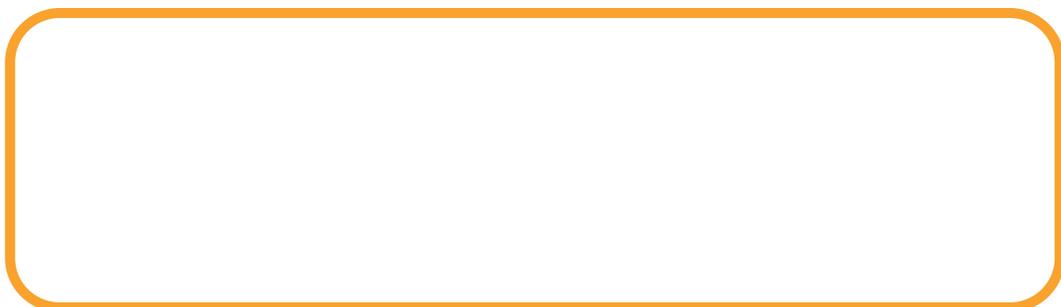
Ключевые навыки



Образование



Опыт работы





## Расходы, которые не обеспечиваются за счет грантовых средств

- осуществление предпринимательской деятельности и оказание помощи \_\_\_\_\_;
- осуществление деятельности, не связанной с реализацией проекта;
- поддержка \_\_\_\_\_ партий и кампаний;
- проведение митингов, демонстраций, пикетирований;
- фундаментальные \_\_\_\_\_;
- приобретение алкогольных напитков и табачной продукции;
- уплата \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_.



## Оплата труда штатных работников

НДФЛ:

Должность	Зарботная плата в месяц (в рублях, включая НДФЛ)	Количество месяцев	Общая стоимость	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма	Комментарий к статье расхода в бюджете
1	2	3	4	5	6	7

## Выплаты физическим лицам

ГПД:

Функция в проекте или содержание услуг (работ)	Вознаграждение по одному договору (в рублях, включая НДС/ФЛ)	Количество договоров	Общая стоимость	Софинансирование (по всем договорам, в рублях)	Запрашиваемая сумма	Комментарий к статье расхода в бюджете
1	2	3	4	5	6	7

## Страховые взносы

Страховые взносы:

Вид страховых взносов	Формула для расчёта	Комментарий к статье расхода в бюджете
Страховые взносы с выплат штатным работникам		
Страховые взносы с выплат физическим лицам по гражданско-правовым договорам		

## Командировочные расходы

Цель поездки и место назначения (если оно определено)	1	Расходы на 1 работника	2	Количество работников	3	Общая стоимость	4	Софинансирование (за весь период, в рублях)	5	Запрашиваемая сумма	6	Комментарий	7

## Расходы на приобретение товаров

Примечание:

Наименование расходов	Стоимость единицы (в рублях)	Количество единиц	Общая стоимость	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма	Комментарий
1	2	3	4	5	6	7

## Расходы на оплату работ, услуг

Наименование расходов	Стоимость единицы (в рублях)	Количество единиц	Общая стоимость	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма	Комментарий
1	2	3	4	5	6	7



## Арендные платежи

Наименование расходов	Стоимость единицы (в рублях)	Количество единиц	Общая стоимость	Софинансирование (за весь период, в рублях)	Запрашиваемая сумма	Комментарий
1	2	3	4	5	6	7









**Запишись на консультацию:**

 **МойХабаровскийКрай.рф**

 **info@mykhabkrai**

 **8 800 2019 6 27**

