

# Оценка результативности проекта

Методист МБУ ДПО «ИМЦ»  
Самойленко И. В.

# КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОЕКТОВ



**Количественные результаты**

**=**

**СКОЛЬКО?**

**Качественные результаты**

**=**

**ЧТО ПОМЕНЯЛОСЬ?**

## Качественные результаты

1. Готовность молодежи выступать на сцене, работать с публикой;
2. Популяризация деятельности досуговых учреждений для молодежи;
3. Подготовка методических рекомендаций по организации работы с творческими объединениями.

## Количественные результаты

1. Привлечение не менее 300 творческих объединений для участия в конкурсе;
2. Заключение 20 соглашений со спонсорами проекта;
3. Определение победителей по 7 направлениям конкурса

# Сравнение трех вариантов маркетинга – 1.0, 2.0 и 3.0

<i>Характеристика</i>	<i>Маркетинг 1.0 Ориентация на продукт</i>	<i>Маркетинг 2.0 Ориентация на потребителя</i>	<i>Маркетинг 3.0 Ориентация на ценности</i>
Цель	Продавать продукты	Удовлетворять запросы и удерживать потребителей	Сделать мир лучше
Движущая сила	Промышленная революция	Информационные технологии	Технологии новой волны
Как компании рассматривают рынок	Массовые потребители с физиологическими потребностями	Более информированные потребители со своими мыслями и эмоциями	Полноценные разумные человеческие существа с эмоциями и душой
Ключевая маркетинговая концепция	Разработка товаров	Дифференциация	Ценности
Принципы маркетинга	Акцент на характеристиках продукта	Позиционирование компании и продукта	Миссия, видение и ценности компании
Потребительская стоимость	Функциональная	Функциональная и эмоциональная	Функциональная, эмоциональная и духовная
Взаимодействие с потребителями	«Один со многими»	«Один на один»	«Сотрудничество многих со многими»

# СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫЙ ПРОЕКТ

**Проект в общественной жизни** – совокупность взаимосвязанных запланированных и реализуемых мероприятий и иных действий, предназначенных для достижения определенных целей с использованием установленных ресурсов (денег, оборудования и т.д.) в пределах некоторого времени.

**Социальное проектирование** – метод, позволяющий корректно создавать и реализовывать эффективные социально ориентированные проекты.

**Социальный проект** – это комплекс социально – ориентированных действий, направленных на достижение некоей социально значимой идеи.

## ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМОГО ПРОЕКТА

- Создание в результате социально полезного продукта
- Устойчивый результат, продолженный во времени
- Возможность применения и транспонирования технологий, используемых в процессе реализации проекта
- Ненасильственное выполнение

# Радуга социального планирования.

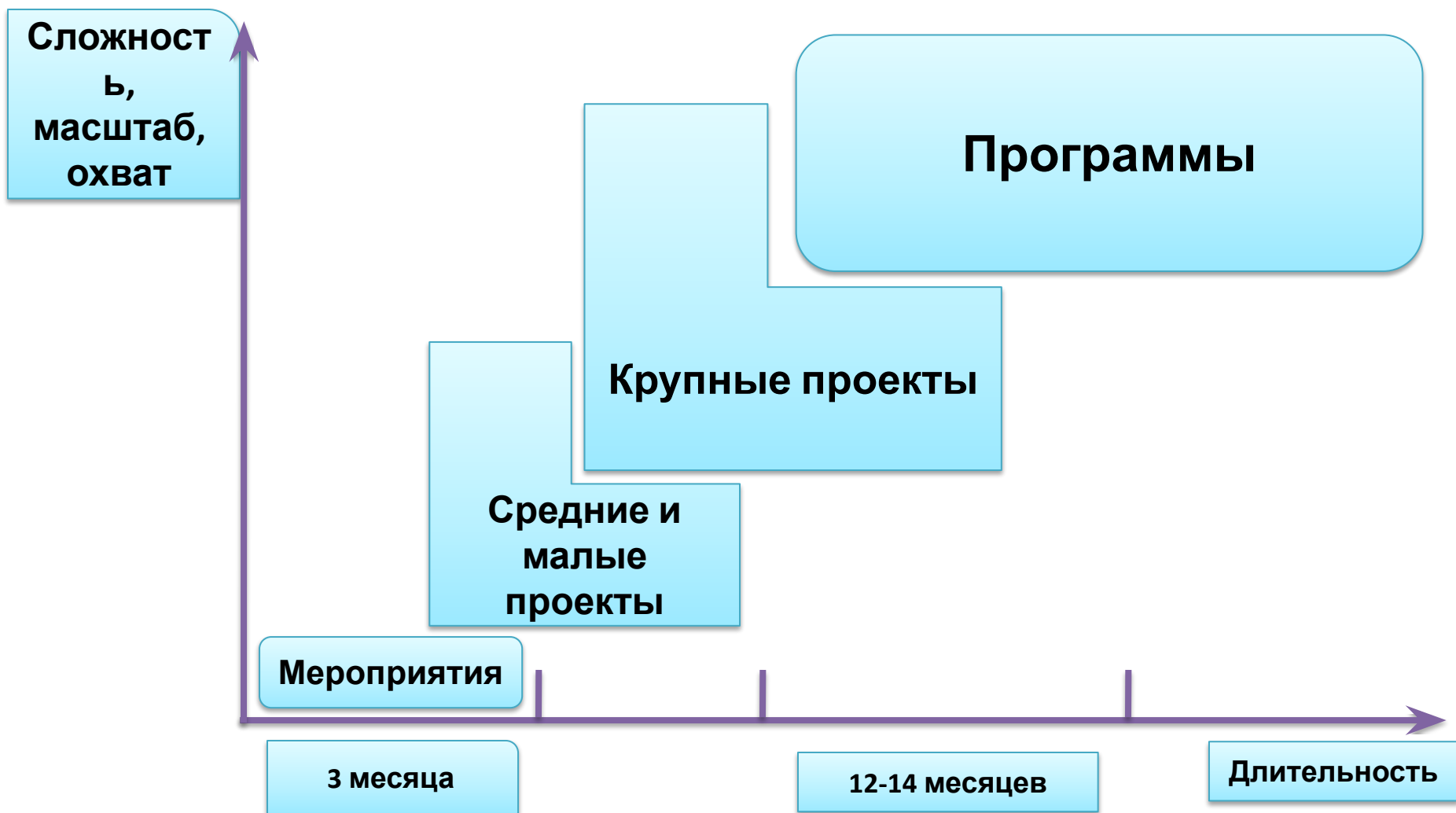




**Проект обладает конкретными свойствами** – это ограниченное во времени, целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, с возможными ограничениями расходования средств и ресурсов и со спецификой организации и технологии выполнения

**Программа** – совокупность проектов и различных мероприятий, объединенных общей целью и условиями выполнения

# ОСНОВЫ ПРОЕКТНОГО ПОДХОДА. КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОЕКТОВ



# SWOT - анализ

Разведка перед боем. Хороший военачальник изучает поле предстоящей битвы, выискивая все выигрышные возвышенности и опасные болотистые места, оценивает свои силы и силы противника. Если он этого не сделает, он обречет свою армию на поражение

## 1 ЭТАП. СОПОСТАВЛЕНИЕ, ПЕРЕЧИСЛЕНИЕ:

<b>Сильные стороны (Strengths) — преимущества организации</b>	<b>Слабости (Weaknesses) — недостатки организации</b>
1. 2. 3.	1. 2. 3.
<b>Возможности (Opportunities) — факторы внешней среды, использование которых создаст преимущества организации</b>	<b>Угрозы (Threats) — факторы внешней среды, которые могут потенциально ухудшить положение организации</b>
1. 2. 3.	1. 2. 3.

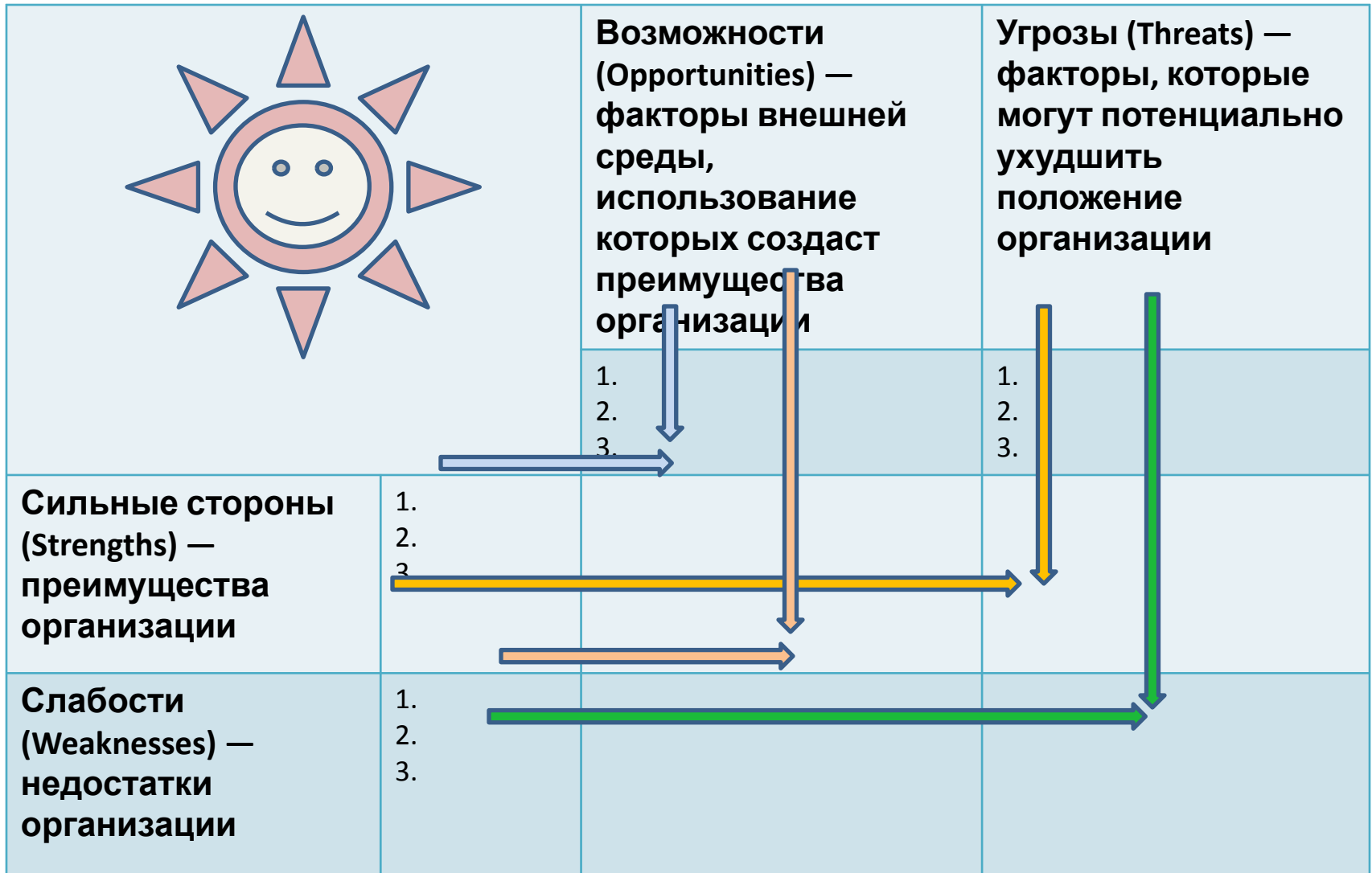
	<b>Сильные стороны S</b>	<b>Слабые стороны W</b>
<b>ВНУТРЕННИЕ</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Наличие целевой аудитории проекта;</li> <li>2) Наличие у организаторов опыта организации крупных конкурсных проектов;</li> <li>3) Наличие партнерских организаций, заинтересованных в реализации проекта</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Отсутствие финансирования проекта;</li> <li>2) Отсутствие разрешение руководства на реализацию проекта</li> </ol>
	<b>Возможности O</b>	<b>Угрозы T</b>
<b>ВНЕШНИЕ</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Отсутствие конкурентов в данной области;</li> <li>2) Создание профильной смены «Молодых педагогов» в рамках выездного лагеря молодежи КРЫМА;</li> <li>3) Привлечение новых представителей молодежных организаций</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Незаинтересованность молодежных организаций в проведении конкурса;</li> <li>2) Незаинтересованность телеканала ИТВ в трансляции конкурса</li> </ol>

# SWOT - анализ

## 2 ЭТАП. АНАЛИЗ И СОЗДАНИЕ СТРАТЕГИИ, ЭКСПЕРТИЗА КОНЦЕПЦИИ ПРОЕКТА

Внешняя среда

Внутренняя среда



**Индекс результативности**  
определяется по следующей формуле:

$$\text{Ирез} = R_{\text{факт}} / R_{\text{план}}, \text{ где}$$

Ирез - индекс результативности;  
R<sub>факт</sub> - достигнутый результат;  
R<sub>план</sub> - плановый результат.

**Индекс эффективности**  
определяется по формуле:

**Иэфф** = Инрез / Ифинрез, где

Иэфф – индекс эффективности

Инрез – индекс нефинансовой  
результативности

Ифинрез – индекс финансовой  
результативности

# Критерии оценки проекта

- ✓Насколько точно определены цели и задачи проекта
- ✓Насколько заявленные цели и задачи соответствуют категории получателей
- ✓Насколько обоснована значимость решаемой проблемы
- ✓Актуальность проблемы подтверждается органами власти и управления города, администрации округа, местного самоуправления и т.д.
- ✓Соответствие представленной на конкурс программы (проекта) направлениям деятельности организации в соответствии с ее уставом
- ✓Предшествующий опыт работы организации-исполнителя свидетельствует о ее способности осуществить программу (проект) такого масштаба с запланированным бюджетом
- ✓Приложенные к программе (проекту) документы подтверждают обоснованность и выполнимость бюджета программы (проекта)
- ✓Представленные документы (балансовый отчет, пояснительная записка с указанием видов, направлений и объемов оказания услуг и предпринимательской деятельности и др.) подтверждают наличие собственных денежных средств и доходов, указанных в качестве источника, предусмотренного бюджетом программы (проекта)
- ✓Организация - исполнитель в состоянии привлечь запланированные дополнительные финансовые и материальные ресурсы, необходимые для реализации программы (проекта)
- ✓Представленные документы подтверждают участие в реализации программы (проекта) организаций-соисполнителей и наличие у них собственных ресурсов, привлекаемых к реализации программы (проекта)
- ✓Представленные финансовые документы свидетельствуют об отсутствии финансовых задолженностей
- ✓Сотрудники организации-исполнителя обладают достаточной квалификацией для реализации программы (проекта)
- ✓Наличие привлеченных средств
- ✓Доля расходов по программе (проекту) на административно-управленческие цели не превышает 20% от общей суммы запрашиваемых средств
- ✓Представленный план мероприятий программы (проекта) отвечает ее целям и задачам
- ✓Выбранные методы выполнения мероприятий гарантируют адресность реализации программы (проекта)
- ✓В программе (проекте) в полной мере описан механизм ее реализации
- ✓Бюджет программы (проекта) обоснован и соответствует механизму реализации. Указанные в бюджете цены являются реальными
- ✓Запрашиваемые статьи расходов соответствуют запланированным мероприятиям
- ✓В программе (проекте) четко обозначены ожидаемые результаты, позволяющие определить эффективность выполненных работ (мероприятий) а т.ч. с точки зрения экономичности и адресности
- ✓Социальная эффективность программы (проекта) - численность и охват соответствует целям и механизму реализации программы (проекта)



## СМЕТА РАСХОДОВ

на реализацию проекта (программы)

### «Юридический Десант»

наименование проекта (программы)

Сумма по муниципальному гранту		Сумма из дополнительных источников		Количес тво	Цена	Примечание
Средства местного бюджета	60,0 тыс. руб.	Средства ... (указать источник)	27,5 тыс. руб.	-	-	-
Расходы всего	60,0 тыс. руб.	Расходы всего	27,5 тыс. руб.	-	-	-
<b>1. Приобретение основных средств, в том числе:</b>						
Ноутбук	15,0	15,0	15,0	2	15,0	-
Принтер	8,0	-	-	1	8,0	-
Видеокамера	16,0	-	-	1	16,0	-
<b>Итого: 54,0</b>						
<b>2. Приобретение материальных запасов, в том числе:</b>						
Канцелярские товары (ручки, блокноты, маркеры, ватманы)	4,0	-	-	-	-	-
Накопитель	0,4	-	-	-	-	-
Тонер	0,4	-	-	-	-	-
Сумка для ноутбука	1,5	-	-	-	-	-
<b>Итого: 6,3</b>						
<b>3. Оплата прочих работ, услуг, в том числе:</b>						
Издание брошюры	14,7	-	-	-	-	-
Издание листовок	-	-	6,5	-	-	-
Статьи в СМИ	-	-	6,0	-	-	-
<b>Итого: 27,2</b>						

**Внимание!**

**Смета расходов  
не может содержать статей расходов  
на содержание банковского счета и на оплату труда специалистов.**

# Жизненный цикл проекта

## **1 - Фаза концепции:**

инициация проекта, сбор исходных данных и анализ существующего состояния, выявление потребности в изменениях, представление концептуальных предложений, утверждение концепции, согласование целей реализации проекта с миссией организации.

## **2 - Фаза планирования:**

установление контактов для реализации проекта, развитие концепции, определение целей, определение задач, действий.

## **3 - Фаза проектирования:**

разработка сводного плана проекта, разработка системы управления проектом, планирование системы информационного сопровождения проекта, составление бюджета проекта, разработка количественных и качественных показателей проекта, разработка методов оценки качества проекта.

## **4 - Фаза реализации:**

выполнение работ, предусмотренных проектом, мониторинг процесса по ключевым позициям, определенным для оценки эффективности реализации проекта.

## **5 - Фаза завершения:**

окончание работ, оценка результатов проекта, подведение итогов, подготовка итоговых документов, оценка эффективности проекта.

# Литература

- Филип Котлер. Маркетинг. Менеджмент.
- Карен Фокс. Социальный маркетинг.
- Айвен Сетиаван, Филип Котлер, Хермаван Картаджайя. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе
- Андреев С.Н., Мельниченко Л.Н. Основы некоммерческого маркетинга.
- Луков В.А. Социальное проектирование.
- Автономов А.С., Хананашвили Н.Л. Оценка в социальном проектировании.
- Катаева В.И. Креативный менеджер
- Тимофеев Т.В. Основы Управления проектами. Краткие методические рекомендации
- Управление программами и проектами. Модульная программа для менеджеров. Коллектив авторов. Государственный университет управления.
- Попов С.А. Стратегическое управление. Модульная программа для менеджеров. Государственный