

# 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

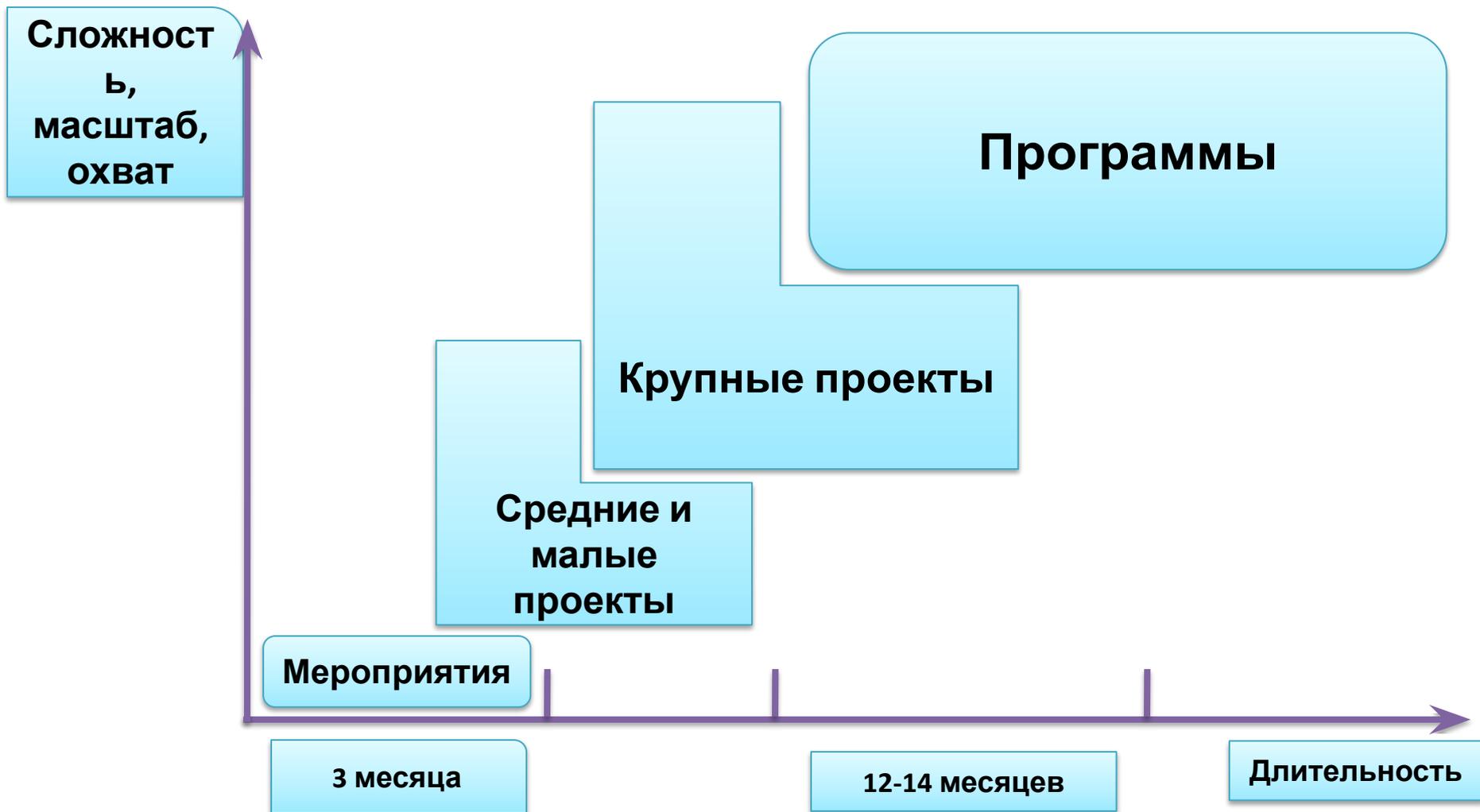
# Радуга социального планирования.



**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>
<ol style="list-style-type: none"><li>1.</li><li>2.</li><li>3.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.</li><li>2.</li><li>3.</li></ol>
<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>
<ol style="list-style-type: none"><li>1.</li><li>2.</li><li>3.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.</li><li>2.</li><li>3.</li></ol>

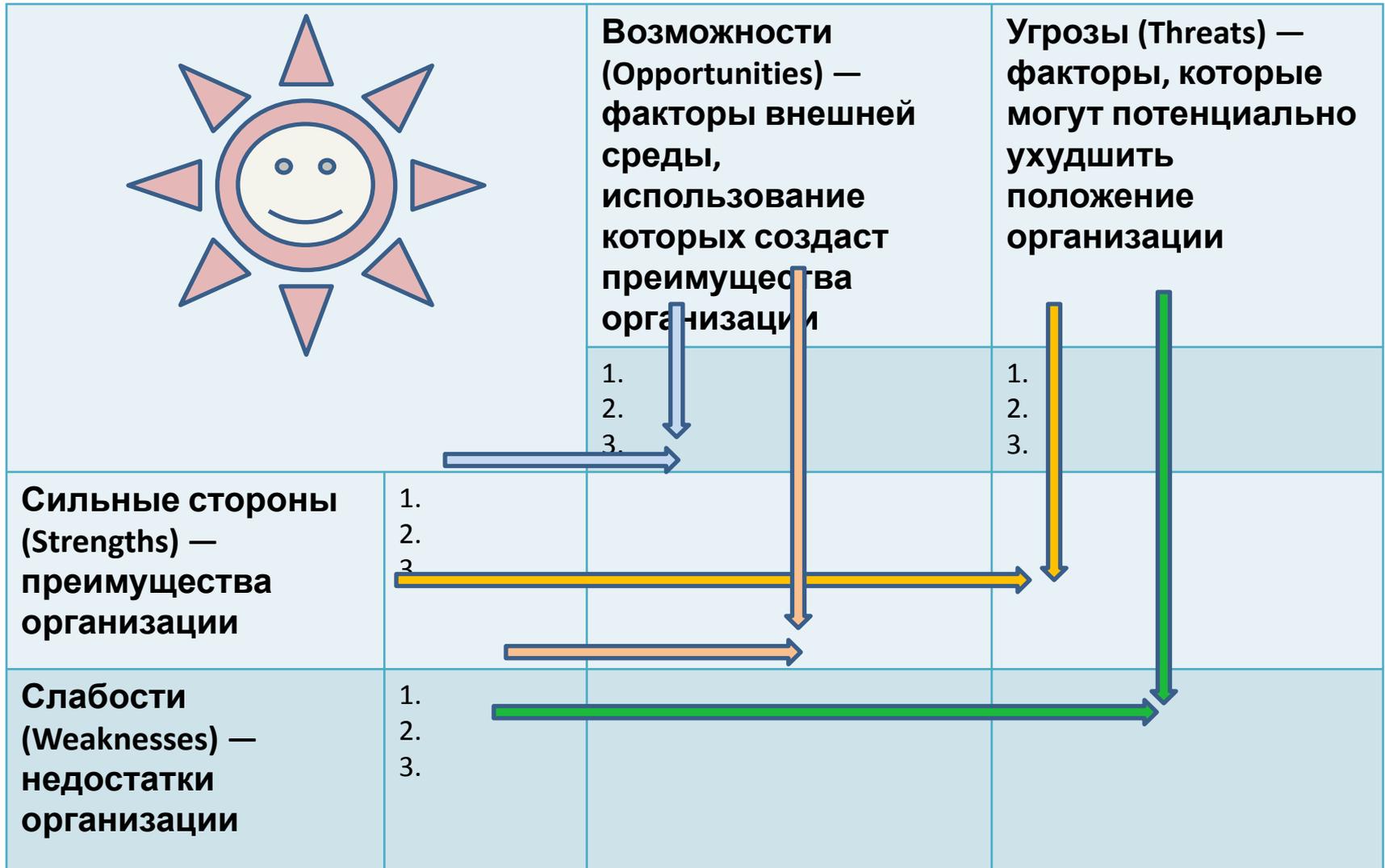
	<b>Сильные стороны S</b>	<b>Слабые стороны W</b>
<b>ВНУТРЕННИЕ</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Наличие целевой аудитории проекта;</li> <li>2) Наличие у организаторов опыта организации крупных конкурсных проектов;</li> <li>3) Наличие партнерских организаций, заинтересованных в реализации 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		Количество	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.	-	-	-
1. Приобретение основных средств, в том числе:						
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>						
2. Приобретение материальных запасов, в том числе:						
Канцелярские товары (ручки, блокноты, маркеры, ватманы)	4,0	-	-	-	-	-
Накопитель	0,4	-	-	-	-	-
Тонер	0,4	-	-	-	-	-
Сумка для ноутбука	1,5	-	-	-	-	-
<b>Итого: 6,3</b>						
3. Оплата прочих работ, услуг, в том числе:						
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