



Методическое пособие

СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

от замысла до устойчивых результатов



*АНО «Центр содействия реализации социальных
инициатив и проектов «Развитие»*

2026 г.



*АНО «Центр содействия реализации социальных
инициатив и проектов «Развитие»*

Методическое пособие
«Социальное проектирование: от замысла до устойчивых результатов»
создано в рамках проекта «Добрые дела – большие возможности»
реализуемого при поддержке Правительства Белгородской области

Директор: Некрылова Ю.В.
Координатор проектов: Мощенская А.А.

ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Что такое социальное проектирование?

Социальное проектирование — это процесс разработки и реализации проектов, направленных на решение актуальных социальных проблем и улучшение качества жизни различных групп населения. Оно включает в себя анализ социальных проблем, разработку стратегий их решения и внедрение конкретных мероприятий.

Основные цели социального проектирования:

- ✓ Улучшение социального благополучия и защита прав граждан.
- ✓ Повышение эффективности социальных услуг и программ.
- ✓ Создание условий для развития и самореализации личности.
- ✓ Профилактика и решение социальных конфликтов.

Основные задачи социального проектирования:

- ✓ Диагностика социальных проблем.
- ✓ Разработка и обоснование проектных решений.
- ✓ Оценка эффективности и мониторинг реализации проектов.

Что же такое социальный проект?

У любого проекта есть два ключевых признака: ограниченность во времени и наличие заранее запланированного измеримого результата. Любую деятельность, которая соответствует этим признакам, можно считать проектом. Социальным считается такой проект, который направлен на решение социальной проблемы определенной целевой группы.



Время

+



Результат

+



Решение социальной проблемы

ВАЖНО:

Социальный проект всегда направлен на решение конкретной социальной проблемы определенной целевой группы в заранее известные сроки.



Социальный проект — это комплекс действий и мероприятий, направленный на достижение цели, выполнение задач и получение заранее запланированных результатов для решения актуальной социальной проблемы. Проект всегда ограничен временем, территорией, командой и бюджетом.

Заявка на конкурс — это описание социального проекта по специальной форме, которую задает грантодатель. Заявку пишут с целью получить недостающие ресурсы на реализацию социального проекта. Это описание может и должно быть разным в зависимости от требований организации, которая распределяет гранты. Таким образом, один и тот же проект можно по-разному структурировать в заявку.



ЭТАПЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

1. Изучаем проблему

Социальный проект всегда начинается с людей, которые сталкиваются с определенной проблемой.

При разработке социального проекта и решения проблемы целевой группы проекта необходимо ответить на вопросы:

- **Кому станет лучше, если проект будет реализован?**
- **Что изменится в их жизни после того, как проект завершится?**
- **Что случится, если эта проблема не будет решена?**
- **Почему решение этой проблемы имеет общественную значимость?**



Определите целевую группу своего проекта: людей, на решение или смягчение проблемы которых направлена деятельность в рамках проекта. Эти люди должны будут ощутить положительные изменения по его итогам.

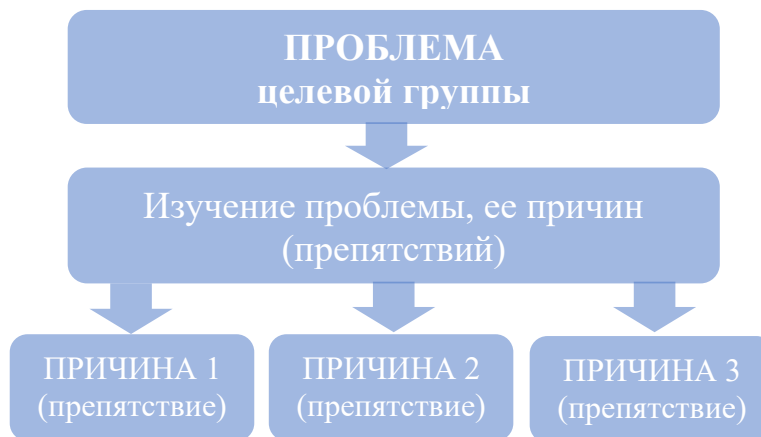
Обоснование выбора целевой группы

Кто конкретно получит пользу от нашей работы: какие люди, группы людей?



Определитесь с географией проекта: на какой территории вы собираетесь работать — в одном районе города, в одном городе, в целой области?

Внимательно изучите проблему целевой группы и ее причины на территории реализации проекта. Изучение причин возникновения проблемы целевой группы позволяет не только точно определить истинные источники ее формирования на конкретной территории, но и разработать адресные мероприятия, направленные на устранение именно этих корневых факторов, что делает проект максимально эффективным и обоснованным.



!! Обоснование проблемы целевой группы не должно строиться на собственных убеждениях и утверждениях

Необходимо подтверждение:

- ✓ Результаты сторонних исследований целевой группы
- ✓ Результаты собственных исследований (тестов, опросов) целевой группы
- ✓ Цитаты из СМИ представителей органов власти
- ✓ Официальная статистика
- ✓ Письма поддержки

После того как вы поймете, для кого, из-за чего и на какой территории вы собираетесь работать, приступайте к поиску способов решения проблемы.

2. Разрабатываем механизм решения проблемы (определение целей и задач проекта)

Предложите решение конкретной проблемы определенной целевой группы на ограниченной территории: сформулируйте цель социального проекта. Точность формулировки цели во многом зависит от того, насколько точно вы определили проблему.

Цель проекта = решение проблемы все выбранных представителей целевых групп

Чтобы сформулировать цель проекта, сравните два состояния целевой группы: «**есть сейчас**» — негативное состояние, которое не устраивает целевую группу, — и «**должно быть**» — позитивное состояние, в котором целевая группа окажется после реализации вашего социального проекта.



Достижение этого позитивного изменения и станет целью вашего социального проекта.

При постановке цели помните о том, что она должна соответствовать четырем основным показателям и иметь количественный и качественный результат.



**Убедитесь, что запланировали ожидаемые результаты для всех целевых групп, которые вы выявили на первом этапе изучения проблемы.*

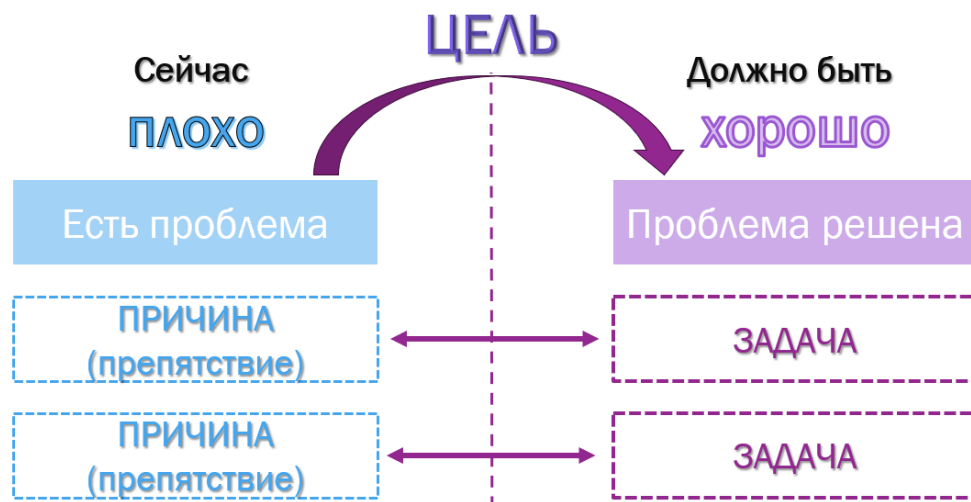
Ключевой этап в социальном проектировании — определение и постановка задач проекта.

Задача — это составляющая цели, которая помогает устранить конкретную причину существования проблемы.

Не более 5 задач > 1 Цель



Постановка задач — это один из ключевых этапов социального проектирования, который следует сразу после формулировки цели. Если цель отвечает на вопрос «**Что мы хотим изменить?**» (общий результат), то задачи отвечают на вопрос «**Что именно нужно сделать, чтобы это изменение произошло?**» (конкретные шаги).



В социальном проектировании (особенно для грантов) существует четкая технология, как правильно прописывать задачи. Примеры алгоритма «Логическая цепочка»:

Логическая цепочка: «От ресурса к результату»

Задачи должны выстраиваться в хронологическом порядке:

1. **Организационные:** Что нужно создать/подготовить сначала? (Например: закупить оборудование, обучить команду).
2. **Деятельностные:** Что мы сделаем для целевой группы? (Например: проведем тренинги, экскурсии, консультации).
3. **Итоговые/Обучающие:** Что получит целевая группа в итоге? (Например: выпустят сборник, создадут экспозицию).

3. Составление плана работы, распределение обязанностей

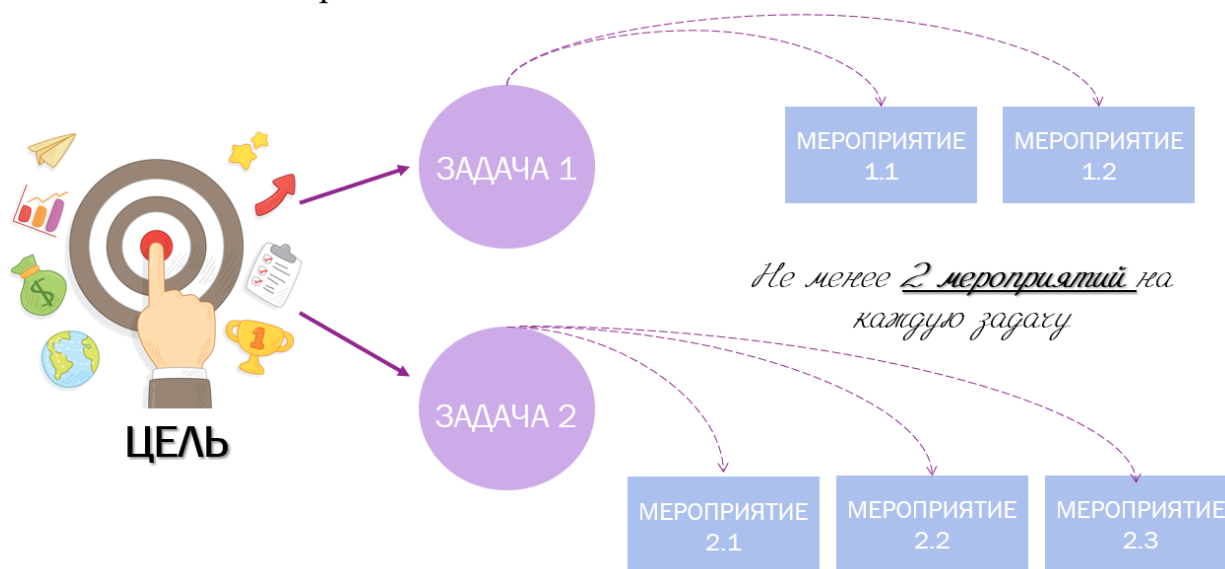
План реализации проекта - это связь мероприятий с четкими сроками и исполнителями.

Мероприятия — это действия, которые вы предпримете, чтобы решить конкретную задачу. Для решения задачи всегда нужен комплекс мероприятий, поэтому задача всегда шире, чем мероприятие.

Реализация мероприятий проекта должна быть обеспечена материальными ресурсами и сильной командой. Опыт и навыки членов команды должны соответствовать специфике задач и обеспечивать выполнение всех мероприятий проекта.

Принципы создания календарного плана:

1. Мероприятия должны быть логически связаны с задачами проекта. Мероприятий, не связанных с решением задач, в проекте быть не может.
2. При планировании количества мероприятий придерживайтесь принципа **необходимости** и **достаточности**. Количество мероприятий должно быть оптимально с точки зрения трудозатрат и стоимости. При этом запланированные мероприятия должны обеспечивать возможность решить все поставленные задачи проекта в полном объеме.
3. В календарный план должны входить все мероприятия в рамках проекта, включая мероприятия по информационному сопровождению проекта.
4. Расходы на каждое мероприятие календарного плана должны быть отражены в бюджете проекта.



Из описания содержания должно быть понятно, зачем и для кого оно проводится, что конкретно будет происходить во время проведения мероприятия и где именно: в каком городе или муниципальном образовании.

**Мероприятия должны быть связаны с целевыми группами проекта. Если в проекте несколько целевых групп, то мероприятия должны быть предусмотрены для каждой из них. В описание каждого мероприятия включите подробную информацию о том, что именно будет происходить и для какой целевой группы оно предназначено.*



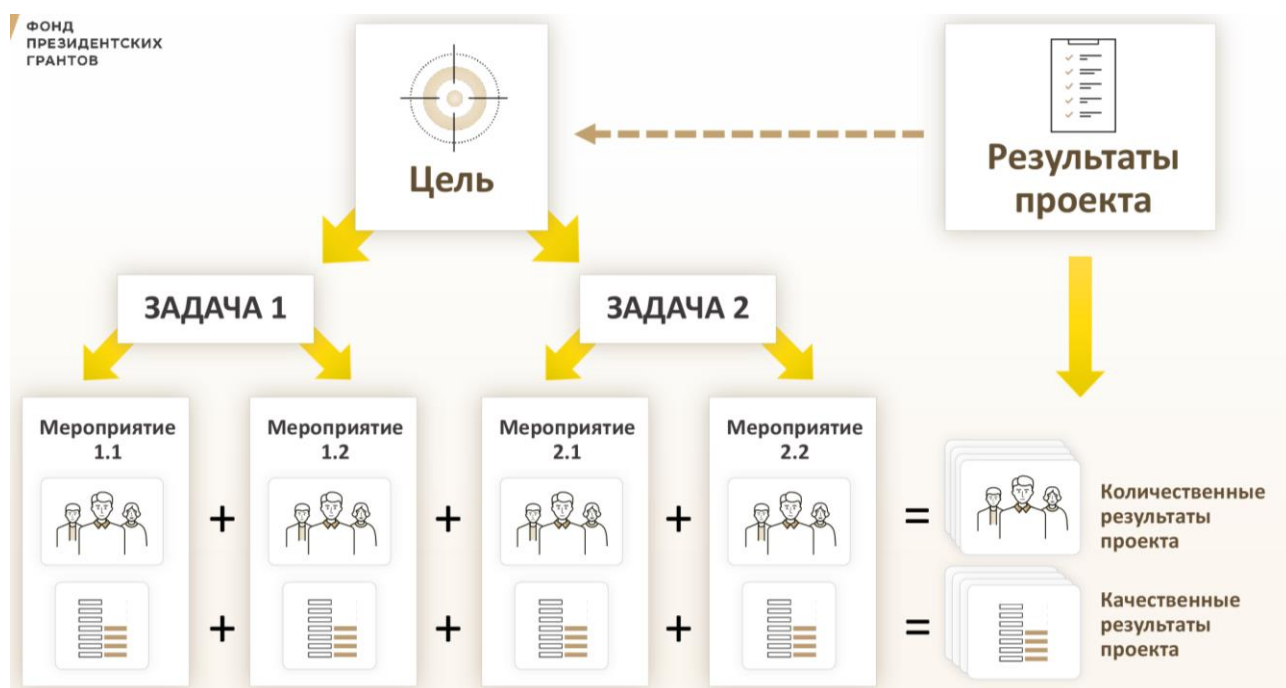
МЕРОПРИЯТИЯ: ОПИСАНИЕ

- ✓ Название мероприятия (мозговой штурм)
- ✓ Место проведения (ЦКР «Ромашка»)
- ✓ Кто проведёт? (методист Иванов)
- ✓ Для кого? (учителя истории)
- ✓ Как они узнают? (ч/з управление образования)
- ✓ Сколько раз? (1 раз)
- ✓ Что будет происходить? (разрабатываем настольную игру)

МЕРОПРИЯТИЯ: РЕЗУЛЬТАТ

- ✓ Сколько учителей в мозговом штурме? (20 учителей)
- ✓ Что разработают? (схему игры, задания)
- ✓ Что вынесут для себя? (Пробелы в знаниях детей про историю РА, технологию разработки настольных игр)
- ✓ Ценность? (рассмотрят варианты расширения используемых методик)

Результаты всех мероприятий должны в сумме соответствовать заявленным результатам по всему проекту. Укажите конкретные количественные и качественные результаты для каждого мероприятия



Когда вы приступаете к формированию команды проекта, придерживайтесь двух принципов:

1. **Необходимости и достаточности:** людей должно быть ровно столько, сколько необходимо для реализации всех мероприятий календарного плана. Лишних позиций в команде проекта быть не должно.
2. **Соответствия:** опыт и компетенции членов команды должны соответствовать специфике мероприятий календарного плана

Команда проекта может быть совсем небольшой или, наоборот, многочисленной — в зависимости от масштаба и сложности проекта. Ваша задача — грамотно распределить ответственность за разные направления деятельности по проекту между людьми и как можно более полно описать профессиональный профиль руководителей этих направлений.

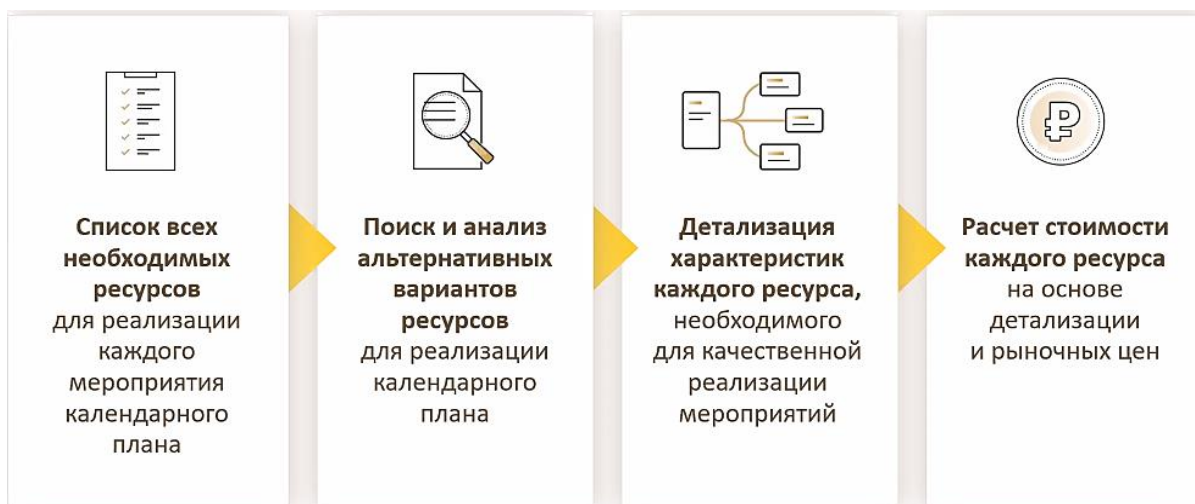
Сформулируйте должность каждого члена команды так, чтобы была понятна роль сотрудника в проекте. Затем расскажите, есть ли у членов команды опыт реализации проектов подобного масштаба и тематики.

ВАЖНО:

Помните, что все люди, перечисленные в разделе «Команда проекта», должны фигурировать в бюджете: количество задействованных людей и количество должностей в бюджете должны совпадать.

4. Определение ресурсов и составление бюджета

Для того чтобы понять, какие финансовые ресурсы вам понадобятся, какие из них у вас уже есть и каких не хватает, а также увидеть, какие расходы вам придется понести, нужно составить бюджет проекта.



Перечислите в бюджете все необходимые ресурсы и рассчитайте их стоимость. Каждая статья расходов должна быть обоснована, то есть связана с мероприятиями в рамках проекта, и реалистична, то есть связана с реальными ценами. Бюджет проекта должен обеспечить возможность реализации всех запланированных мероприятий в рамках проекта.



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 партнёров проекта или физических лиц
- ✓ денежный эквивалент тех ресурсов и услуг, которые партнёры проекта предоставляют организации бесплатно

Бюджет проекта состоит из средств гранта и софинансирования — собственного вклада организации и вклада партнеров. Собственный вклад — это те ресурсы, которые уже есть у организации и которые она готова вкладывать в проект. Вклад партнеров — это ресурсы, которые вы привлекли или планируете привлечь со стороны.

При составлении бюджета проекта важно использовать 4 золотых правила:

-  все планируемые расходы реалистичны и обоснованы
-  отсутствуют расходы, которые непосредственно не связаны с мероприятиями проекта
-  даны корректные комментарии по всем предполагаемым расходам за счет гранта, позволяющие четко определить состав (детализацию) расходов
-  в проекте предусмотрено активное использование имеющихся у организации ресурсов

5. Партнеры проекта

Партнеры в социальном проекте — это не просто «помощники», а важнейший ресурс, который часто определяет успех проекта и его доверие со стороны экспертов (особенно при подаче на гранты). Если объяснить кратко: *ни один серьезный проект не может быть реализован в одиночку.*



Партнеры подтверждаются:

- ✓ письмами поддержки
- ✓ соглашениями о сотрудничестве
- ✓ или иными аналогичными документами

Письма поддержки или другие документы должны содержать указание на вид поддержки данному проекту партнером

6. Реализация проекта

Этап реализации — это самый важный и ответственный период в жизни социального проекта. Если подготовка (цели, задачи, планирование) — это «бумага», то реализация — это «живое дело». Именно на этом этапе проект либо доказывает свою состоятельность, либо проваливается.

В управлении проектами этот этап часто называют «*Основная фаза*» или «Внедрение».

Что включает этап реализации (Компоненты)

1. *Выполнение календарного плана:* Проведение всех запланированных мероприятий (экскурсий, квестов, закупок, установки оборудования) точно в те сроки, которые были обещаны.
2. *Управление командой:* Координация работы сотрудников и волонтеров, проведение летучек, контроль поручений.
3. *Финансовый менеджмент:* Оплата счетов, выдача зарплаты, закупка товаров/услуг в соответствии со сметой.
4. *Администрирование и документооборот:* Сбор и подписание актов, договоров, накладных.
5. *PR и информационное сопровождение:* Освещение событий в соцсетях и СМИ (чтобы все знали, что проект идет).
6. *Текущий мониторинг (Контроль):* Постоянная сверка «план-факт» (сколько людей реально пришло против запланированного).

ОЦЕНКА И МОНИТОРИНГ

Оценка и мониторинг в социальном проектировании позволяют обеспечить прозрачность и эффективность деятельности, а также своевременно реагировать на возникающие проблемы и корректировать стратегию реализации проекта.

Оценка проекта – это систематический сбор и анализ относящейся к проекту информации для принятия управленческих решений. Она позволяет понять, достигнута ли поставленная цель, как проект повлиял на жизнь людей и были ли ресурсы потрачены не зря.

Для грантодателей (Фонд президентских грантов, и др.) и для самой команды это ответ на главный вопрос: *«Что изменилось благодаря проекту?»*

Что включает оценка и мониторинг проекта?

Этот этап состоит из трех крупных блоков: количественные показатели, качественные изменения и анализ эффективности работы.

1. Количественный анализ (Цифры):

- Подсчет фактически достигнутых показателей (сколько человек реально приняло участие, сколько мероприятий проведено).
- Сравнение с плановыми показателями (заявкой).

2. Качественный анализ (Изменения):

- Оценка глубины изменений у целевой группы (изменились ли знания, установки, поведение, качество жизни).
- Анализ отзывов, анкет, интервью.



3. Анализ эффективности (Экономика и менеджмент):

- Соотношение затраченных ресурсов (деньги, время, люди) с полученными результатами.
- Оценка того, насколько хорошо сработала команда и удалось ли уложиться в бюджет.

4. Анализ устойчивости (Перспектива):

- Оценка того, будет ли результат проекта жить дальше после окончания финансирования (будет ли работать музей, продолжится ли традиция).

Пошаговый алгоритм оценки и мониторинга реализованного проекта

Шаг 1. Сбор итоговых данных (Закрытие "галочек")

Собираем всю документацию, которая подтверждает, что мы сделали.

- Сверка количественных показателей:
 - Посчитать итоговое количество благополучателей (суммируем списки регистрации со всех мероприятий, убираем дубли, получаем уникальных участников).
 - Посчитать количество проведенных мероприятий.
- Сбор подтверждающих документов: Разложить по папкам фото, видео, посты в соцсетях, сценарии, договоры.

Шаг 2. Сбор обратной связи (Качество)

Выясняем, понравилось ли то, что мы сделали, и помогло ли это.

- Методы:
 - Анкетирование: Раздать финальные анкеты участникам (например, тест на знание истории снова, чтобы сравнить с тем, что было на старте).
 - Интервью и фокус-группы: Поговорить с активными участниками, волонтерами, учителями.
 - Анализ отзывов: Посмотреть комментарии в соцсетях, собрать благодарственные письма от партнеров.
- Вопросы для сбора обратной связи:
 - Что изменилось в вашей жизни после участия в проекте?
 - Стали ли вы больше знать о героях села?
 - Что было самым интересным/полезным?
 - Что бы вы посоветовали улучшить?

Шаг 3. Оценка социального эффекта (Глубина)

Это самый сложный, но важный шаг. Нужно показать, что изменилось именно в головах/поведении людей.

- Сравнение "было/стало":
 - Было: 30 опрошенных знали в среднем 4 героев, путались в датах.
 - Стало: 92 участника (все дети территории) могут назвать не менее 10 героев и понимают разницу между "тылом" и "передовой".
- Выявление незапланированных эффектов:

- Например, проект не только научил детей истории, но и подружил семьи, которые вместе искали архивы, или привлек внимание взрослых к музею.

Шаг 4. Экономический анализ (Цена результата)

Смотрим, не переплатили ли мы за результат.

- Расчет себестоимости: Делим общий бюджет проекта на количество благополучателей. Получаем стоимость вовлечения одного человека.
- Анализ отклонений: Сравниваем плановый бюджет с фактическим. На чем сэкономили? На чем перерасход? (Важно для будущих проектов).

Шаг 5. Написание аналитического отчета

Обобщаем все данные в документ. Обычно он нужен для грантодателя.

- Структура отчета:
 - Достигнута ли цель? (Вывод)
 - Выполнение количественных показателей (Таблица).
 - Качественные результаты (Истории успеха, отзывы, фото "до/после").
 - Оценка устойчивости (Что останется после проекта).
 - Выводы и рекомендации команде на будущее.

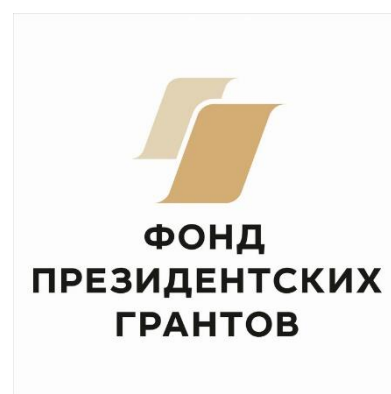
РЕСУРСЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Социальное проектирование требует системного подхода: от поиска идеи до грамотной отчетности перед грантодателем. Самым надежным источником информации всегда являются официальные документы конкретного конкурса.

Ниже представлены ссылки на фонды, которые открыто публикуют свои методические рекомендации.

Фонд президентских грантов
Крупнейший оператор грантов для НКО в России. На сайте фонда в открытом доступе всегда размещены актуальные методические рекомендации по подготовке заявки и положение о конкурсе. Эти документы детально описывают, как заполнять каждый раздел заявки, и содержат критерии оценки .

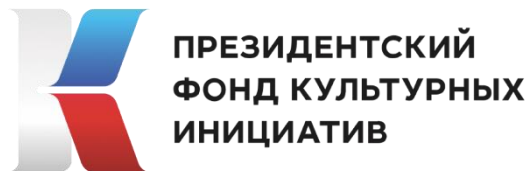
- **Ссылка:** Фонд президентских грантов (фондпрезидентскихгрантов.рф)
- **Что искать:** в разделе «Конкурсы» → выберите текущий конкурс → вкладка «Документы» (Положение и Методические рекомендации).



Президентский фонд культурных инициатив (ПФКИ)

Поддерживает проекты в области культуры, искусства и креативных индустрий. Фонд проводит подробные вебинары и публикует методички, объясняющие логику заполнения заявки (проектный замысел, бюджет, календарный план).

- **Ссылка:** президентскийфондкультурныхинициатив.рф



Участие НКО в грантовых конкурсах — это не просто способ получить деньги. Для здорового и развивающегося некоммерческого сектора это комплексный инструмент, который решает сразу несколько важнейших задач.

Список основных грантовых конкурсов в 2026 году:

- Фонд Президентских грантов 2 конкурс 2026 года. Сроки – 02.02.2026 – 16.03.2026.
- Фонд Президентских грантов 1 конкурс 2027 года. Сроки – 01.09.2026 – 15.10.2026.
- Росмолодежь. Гранты. Сроки – 01.05.2026 – 25.05.2026.
- Президентский фонд природы. Сроки – 01.09.2026 – 30.09.2026.
- Фонд культурных инициатив 1 конкурс 2027 года. Сроки - 01.09.2026 – 15.10.2026.
- Благотворительный фонд Владимира Потанина, конкурс «Практики личной филантропии». Сроки – 25.07.2026 – 15.09.2026.
- Среда возможностей 2026 (Благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко). Сроки – 17.03.2026 – 28.04.2026.
- Туда, где семья 2026 (Благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко). Сроки – 07.04.2026 – 18.05.2026.
- Добрый спорт 2026 (Благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко). Сроки – 05.05.2026 – 25.06.2026.
- Сила внимания 2026 (Благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко). Сроки – 20.08.2026 – 12.10.2026.
- Второй конкурс для НКО на реализацию социально значимых проектов Белгородской области в 2026 году.

КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ



г. Алексеевка ул. Мостовая, д. 35 (2 этаж ВОК «Волна»)



8-910-736-83-31



ano.nko31@yandex.ru



<https://razvitie.nko31.ru/>



<https://vk.com/razvitienco31>

Присоединяйся в нашу группу в национальном мессенджере МАХ

