

## Лекція 6. Учасники соціального проекту.

План:

1. Загальна характеристика учасників соціального проекту.
2. Команда соціального проекту.
3. Аналіз стейкхолдерів соціального проекту.

### 1. Загальна характеристика соціального проекту.

а) проектувальник – фізичні та юридичні особи, що розроблюють проектно-кошторисну документацію;

б) цільова аудиторія (англ. target groups) — групи людей (учасники заходів, клієнти, отримувачі послуг та ін.), на яких буде здійснено безпосередній вплив у зв'язку з реалізацією основної мети соціального проекту;

В описі проекту слід зазначити кількісні та якісні показники цільової аудиторії проекту. важливо вказати яким чином Ви плануєте залучати цільові групи.

*Приклад:*

«5 представників, приймаючих ОТГ Запорізької області, 5 – загальноосвітніх шкіл, 5 – соціальних служб, 5 – громадських організацій, що працюють із сім'ями та дітьми з числа ВПО у Запорізькій області, всього 20 осіб, стануть учасниками очної 3-хденної тренінгової програми з підвищення кваліфікації за компетенціями, необхідними для якісного соціального супроводу сімей і дітей ВПО;

Для залучення цих груп планується розсилка офіційного запрошення для ОТГ, соціальних служб, навчальних закладів, громадських організацій через звернення до Запорізької обласної ради, департаменту соціального захисту населення і департаменту освіти і науки Запорізької обласної адміністрації».

б) кінцеві бенефіціари (від. фр. benefice — прибуток, користь) – соціальні групи, категорії населення, що отримують користь, певні вигоди від реалізації проекту в довгостроковій перспективі на рівні всього суспільства або його частини.

*Приклад:*

«Орієнтовно 3000 внутрішньо-переміщених осіб отримають комплекс послуг соціального супроводу та будуть інтегровані до ОТГ Запорізької області».

в) донори – різноманітні організації, органи влади, фізичні особи, що надають фінансово-технічну допомогу для реалізації соціального проекту;

Рекомендується дуже уважно вивчити пріоритети і мотивацію донорів.

д) партнери – підтримувальні структури (органи влади, навчальні заклади, науково-інноваційні центри, фонди підтримки, виставкові центри, патентно-ліцензійні установи, рекламно-інформаційні, надавачі конференц-послуг, файндразінгові платформи та ін.);

*Приклад:*

Файндразінгова платформа «Спільнокошт»

<https://biggggidea.com/>

- спільне фінансування проєктів;
- майданчик для обміну навичками;
- журнал соціальних інновацій;
- сервіс освітніх мікрооголошень.

є) команда;

є) стейхолдери.

## **2. Команда проєкту.**

*Команда соціального проєкту – це група осіб, що відзначається високою згуртованістю навколо спільних інтересів і цілей, високим рівнем довіри і взаємодітримки, високим рівнем здатності до злагодженої спільної діяльності з реалізації проєктних цілей і завдань.*

Складається:

- 1) керівник-лідер;
- 2) виконавці:
  - а) основної діяльності за проєктом;
  - б) інформаційно-комунікативних ролей ();
  - в) фінансово-технічних та ін.

У описі команди проєкту слід визначити потрібно визначити професійні ролі, виконання яких потрібно для проєкту, та визначити представників команди відповідальних за їх виконання. Важливо забезпечити відповідність їхньої освіти, кваліфікації досвіду тим ролям, виконання яких передбачається. У випадку відсутності у команди осіб з відповідним досвідом рекомендується визначити зовнішніх фахівців, залучення яких потрібне для успішного виконання проєкту.

Слід пам'ятати, що грантодавців цікавить підгрунття мотивації (background) учасників проєкту, оскільки вже у цій частині можна виявити «випадкових», «кабінетних» заявників, які насправді не розуміють аудиторії проєкту та шляхів одержання конкретних соціально значущих результатів.

## **3. Аналіз стейкхолдерів соціального проєкту.**

*Стейкхолдери проєкту – це особи або організації, на яких проєкт може вплинути позитивно або негативно.*

Аналіз зацікавлених сторін дозволяє:

- **зрозуміти потреби** тих, хто має відношення до проблеми
- визначити тих, **хто потенційно програє і виграє** в результаті проєкту
- виявити тих, у кого є **інтереси, ресурси, здібності, можливості**, необхідні для реалізації проєкту або впливу на нього
- виявити тих, **кого потрібно залучати** до участі в плануванні і здійсненні проєкту

- виявити і **пом'якшити ризики**, у тому числі можливі конфлікти інтересів і очікувань сторін

**Квадрат аналізу зацікавлених осіб:**

<b>Вплив на проект</b>	<p>Великий вплив на проект, але низький рівень інтересу  <b>Зрозумійте та задовольніть інтерес</b>          - залучайте і консультуйте          - намагайтесь збільшити інтерес          - потенційне джерело ризику</p>	<p>Великий вплив на проект, високий рівень інтересу  <b>Ключові гравці</b>          - сфокусуйте зусилля на них          - залучайте в якості партнерів до проекту та до процесу прийняття рішень          - мають бути завжди задоволені</p>
	<p>Низький вплив на проект, низька зацікавленість  <b>Найменш важливі</b>          - забезпечуйте загальне інформування          - за можливості збільшуйте рівень зацікавленості</p>	<p>Низький вплив на проект, висока зацікавленість  <b>Приділіть увагу</b>          - залучайте там, де низькі ризики          - інформуйте, консультуйте          - потенційні союзники</p>
<b>Зацікавленість у проекті</b>		

**Планування заходів із залучення зацікавлених осіб:**

		Заходи			
		Інформувати	Консультуватися	Встановити партнерство	Залучити до рішень
Фаза проекту	Визначення проблеми				
	Планування проекту				
	Реалізація і моніторинг				
	Підбиття підсумків				