





# РАНХиГС

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# Социально ориентированная проектная деятельность: практики и кейсы

*СБОРНИК МЕТОДИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ  
Выпуск 4*



| Издательский дом ДЕЛО |

Москва | 2019

УДК 331  
ББК 60.56  
С69

**Ответственный редактор**

канд. соц. наук И.А. Газиева

**Социально ориентированная проектная деятельность: практики и кейсы:** сборник методических материалов. Вып. 4. — М. : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. — 150 с.

ISBN 978-5-7749-1456-2

В сборнике собраны кейсы, сформированные на основе опыта студенческих проектных команд филиальной сети РАНХиГС, реализовавших проекты, лежащие в плоскости социального предпринимательства, в рамках акселератора социальных инициатив RAISE (Ranepa Inspiring Social Entrepreneurship), реализованного Институтом организационного развития и стратегических инициатив РАНХиГС в 2017–2018 гг.

Для студентов, преподавателей и сотрудников образовательных и иных учреждений, чья деятельность связана с организацией проектной деятельности студентов и реализацией проектов в сфере социального предпринимательства.

УДК 331  
ББК 60.56

ISBN 978-5-7749-1456-2

© ФГБОУ ВО «Российская академия  
народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации», 2019

# Содержание

Технологии формирования и развития проектного образовательного пространства в сфере социального предпринимательства (на примере Всероссийского акселератора социальных инициатив RAISE) <i>Газиева И.А.</i> . . . . .	7
<b>ПРОЕКТЫ КОМАНД АКСЕЛЕРАТОРА СОЦИАЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ RAISE</b>	
Проект команды Южнокорейского университета Согён «SURTS» (Seokyeong University Russian Translation Service) <i>Баллод Ж.О.</i> . . . . .	19
Проект команды Уральского института управления — филиала РАНХиГС «Возле дома» <i>Масленникова А.Ю., Масленников Д.Ю., Панова А.В., Молоствова О.В.</i> . . . . .	25
Проект команды Уральского института управления — филиала РАНХиГС «Творческая мастерская “WOW, Мама!”» <i>Масленникова А.Ю., Масленников Д.Ю., Панова А.В., Лукиных А.С.</i> . . . . .	30
Проект команды Уральского института управления — филиала РАНХиГС «Мы» <i>Масленникова А.Ю., Масленников Д.Ю., Панова А.В., Савина М.А.</i> . . . . .	34
Проект Южно-Российского института управления РАНХиГС «Plastic Way» <i>Волокитина М.В.</i> . . . . .	38

Проект Института государственной службы и управления РАНХиГС «Национальные парки России: Wild Camp» <i>Туранова Е.А.</i> . . . . .	41
Проект Челябинского филиала РАНХиГС «Семейный клуб “Рука в руке”» <i>Подзимкова Е.А., Якупова А.О., Мельников В.А., Семенова И.Ю.</i> . . . . .	45
Проект команды Владимирского филиала РАНХиГС «Семейная мастерская» <i>Сивякова М.В., Рыбина С.Е., Кириллова Т.А., Скачков Р.А., Некрасов Г.Е., Калачихин А.М.</i> . . . . .	50
Проект ГумИ Владимирского государственного университета имени А. Г. и Н. Г. Столетовых «Продвижение ценности социального института семьи в молодежной аудитории» <i>Юдина А.М., Бородкина В.М., Круглов Н.М.</i> . . . . .	56
Проект Волгоградского института управления — филиала РАНХиГС «Ангельская мастерская» <i>Ширяева В.А.</i> . . . . .	62
Проект Воронежского филиала РАНХиГС «Куб любви» <i>Шахворостов Г.И.</i> . . . . .	65
Проект команды Калужского филиала РАНХиГС «Связь времен» <i>Герасикова Е.Н., Бунькова Г.В., Антипов А., Кирпичев В., Пугачев А.</i> . . . . .	70
Проект Нижегородского института управления РАНХиГС «Хлеб Соль» — инновационный туризм <i>Капаева С.Д.</i> . . . . .	78
Проект Северо-Кавказского института — филиала РАНХиГС «Мир в музее» <i>Ильяева Ю.М., Гузоева Д.Х., Зурначева Я.И., Карташова Д.В., Мокшина А.В., Приходько Л.Ю., Сытникова В.С., Шамаева М.С., Шихмагомедова Д.М.</i> . . . . .	80

Проект Северо-Кавказского института — филиала РАНХиГС «Твой финансовый старт» <i>Ильева Ю.М., Гузоева Д.Х., Зурначева Я.И., Карташова Д.В., Мокшина А.В., Приходько Л.Ю., Сытникова В.С., Шамаева М.С., Шихмагомедова Д.М.</i> . . . . .	85
Проект Московского областного института РАНХиГС «Социально активная молодежь» <i>Васюшкин А.В., Казаров Е.В., Огнев А.А., Масленников И.В.</i> . . . . .	89
Проект Чебоксарского филиала РАНХиГС «Радуга гармонии» <i>Александрова А.Н.</i> . . . . .	93
Проект Чебоксарского филиала РАНХиГС «Ялав Чувашия» <i>Великова Е.А., Александрова А.Н.</i> . . . . .	98
Проект команды Пермского филиала РАНХиГС «STUDENT`S WORK SHOP» <i>Радостева Э.М., Доронина А.А., Шестакова А.Д.</i> . . . . .	104
Проект Среднерусского института управления — филиала РАНХиГС «Гостинец из Орловской глубинки» <i>Остроухова Д.К., Воробьева А.В., Платонова К.С., Авдеева И.Л.</i> . . . . .	109
Проект Новгородского филиала РАНХиГС SHOW-ROOM «МаМы» <i>Артамонова О.Е., Жванко В.В.</i> . . . . .	116
Проект команды Курганского филиала РАНХиГС «Территория добра» <i>Литвиненко М.С., Пылкова К.А.</i> . . . . .	121
Проект команды Выборгского филиала РАНХиГС «Пространство возможностей 2.0» <i>Гредюшко М.А., Арнаутова К.А., Третьякова Е.Ю., Замурко А.А., Сычева Е.В.</i> . . . . .	126
ПРИЛОЖЕНИЕ . . . . .	131



# Технологии формирования и развития проектного образовательного пространства в сфере социального предпринимательства (на примере Всероссийского акселератора социальных инициатив RAISE)

**Газиева И. А.,**

*директор Центра общеакадемических  
образовательных инициатив ИОРСИ РАНХиГС,  
канд. соц. наук*

В нашей стране существует большое количество разного рода акселераторов, инкубаторов и иных образовательных площадок, нацеленных на формирование и развитие предпринимательских компетенций. В ряду таких программ можно выделить и Всероссийский акселератор социальных инициатив RAISE, работающий уже седьмой сезон. Однако он имеет целый ряд серьезных отличий от любых подобных программ. Во-первых, RAISE является образовательной программой с конкурсной составляющей. Во-вторых, он нацелен на поиск и развитие социально ответственных лидеров из числа студенческой молодежи. В-третьих, RAISE служит крупнейшей коммуникационной площадкой для молодежи, вовлеченной в социальное предпринимательство. В-четвертых, Акселератор предоставляет своим участникам целый ряд дополнительных ресурсов и возможностей для формирования при-

кладных проектных компетенций и реализации своих проектов. В связи с этим можно говорить о том, что Акселератор является инфраструктурным элементом создания и развития проектного образовательного пространства в сфере социального предпринимательства.

С целью изучения отношения участников Акселератора к его роли в формировании данного пространства, оценки его эффективности и роли в формировании проектных компетенций мы провели социологическое исследование (N=200, M=1100), результаты которого приводим ниже.

Наша первая исследовательская задача касалась оценки понимания респондентами цели Акселератора. Согласно результатам опроса, абсолютное большинство студентов согласны с тем, что Акселератор RAISE ставит целью дать возможность студентам получить опыт реальной предпринимательской деятельности (88%); подготовить социально ответственных лидеров для развития социальной сферы региона (87%); сформировать у студентов прикладные компетенции, которые невозможно сформировать в ходе аудиторной работы (86%); повысить эффективность образовательного процесса за счет использования проектного подхода и новых образовательных технологий (85%); повысить конкурентоспособность выпускников института/ филиала на рынке труда региона (82%). Несколько меньшее количество респондентов, однако более половины (60%) считают, что цель Акселератора — идти в ногу со временем (все делают акселераторы, это сейчас модно) и продемонстрировать успехи филиальной сети руководству РАНХиГС.

Таким образом, можно говорить о том, что абсолютное число респондентов осознанно относятся к участию в Акселераторе, поскольку их понимание цели RAISE совпадает с его идеологией.

Однако ребята видят в работе Акселератора и дополнительные цели. В частности, анализ открытых вопросов говорит о том, что RAISE нацелен на формирование у студентов дополнительных компетенций в сфере социального проектирования, на предоставление возможности «проявить лидерские и иные способности», «создать дополнительную мотивацию для студентов хорошо учиться и совершенствовать себя». Кроме того, ребята

Таблица 1. Распределение мнений респондентов о целях Акселератора RAISE, %

Цель Акселератора RAISE	Полностью не согласен	Согласен наполовину	Полностью согласен	Итого
Дать возможность студентам получить опыт реальной предпринимательской деятельности	2	10	88	100
Подготовить социально ответственных лидеров для развития социальной сферы региона	1	12	87	100
Сформировать у студентов прикладные компетенции, которые невозможно сформировать в ходе аудиторной работы	0	14	86	100
Повысить эффективность образовательного процесса за счет использования проектного подхода и новых образовательных технологий	1	14	85	100
Повысить конкурентоспособность выпускников института/ филиала на рынке труда региона	1	17	82	100
Идти в ногу со временем (все делают акселераторы, это сейчас модно)	4	36	60	100
Продемонстрировать успехи филиальной сети руководству РАНХиГС	10	30	60	100

выделили такие цели, как создание межрегиональной коммуникационной площадки, «объединение в сеть единомышленников с предпринимательской составляющей», формирование «сообщества и среды для развития проектной работы и предпринимательских навыков молодежи».

Многие участники опроса выделили и такую цель Акселератора, как получение опыта социальной предпринимательской деятельности «не только для получения прибыли, но и на пользу всего общества» через создание проектов, «которые могут внести вклад в социум», «дадут возможность профессионально развиваться и быть полезными обществу».

По мнению большинства участников, RAISE ставит вполне конкретные цели и выполняет не только образовательную, но и коммуникационную и социальную функции, что характеризует его с пространственной точки зрения.

Что касается мотивационной структуры участия студентов в Акселераторе RAISE, то она сложилась на основе анализа закрытых (табл. 2) и открытых вопросов. Ее элементы можно сформулировать следующим образом:

- *социальная ориентированность и социальная ответственность* — об этом свидетельствуют положительные ответы абсолютного большинства респондентов (85%), высоко оценивающих роль и ценность социального предпринимательства в развитии региона; эти респонденты хотят «создать и развить социальный проект, который приведет к изменениям в обществе»;
- *активная жизненная позиция* также характерна для большинства респондентов (82%), которые ведут активную общественную жизнь в вузе; RAISE для них — это одна из множества существующих проектных активностей;
- *перспектива успешного трудоустройства*, которая складывается из желания респондентов успешно трудоустроиться благодаря сформированным практическим навыкам (76%) и наработанным в ходе реализации проектов связям (60%);
- *коммуникационная потребность* существует у 74% респондентов, высказавших желание быть частью молодежной коммуникационной площадки (знакомиться и общаться со студентами

- из других команд, из других регионов); они считают Акселератор «хорошей площадкой для построения коммуникаций» и обмена опытом, а также инструментом распространения информации об их проекте;
- *потребность в мобильности*, которую демонстрируют 69% респондентов, желающих иметь возможность поехать в другие регионы, в Москву, на зарубежную стажировку;
  - *потребность в реализации лидерских качеств*, прослеживающаяся у 66% респондентов, которые хотят быть конкурентными, желают побеждать; их привлекло в RAISE наличие конкурсной составляющей.

В то же время лишь 19% респондентов рассчитывают на неформальные бонусы (благоклонность преподавателей и руководства вуза).

В ходе анализа открытых вопросов был выделен еще целый ряд неформальных причин, мотивирующих ребят к участию в Акселераторе. Так, многие участвуют в RAISE, потому что хотят получить навыки и компетенции, которые помогут достигнуть целей, помогут в разработке и реализации социально ориентированных и социально предпринимательских проектов.

Некоторые ребята говорят, что «кайфуют от организации мероприятий», что «это уникальный проект и хотя бы раз попробовать себя в нем нужно каждому».

Любопытно то, что одна из самостоятельно выделенных ребятами причин участия в Акселераторе лежит не просто в образовательной, а в методологической плоскости функционирования RAISE: «сроки конкурса помогают достигать целей проекта быстрее, формат конкурса помогает упаковать проект лучше и увидеть его сильные стороны и недостатки — выводит из операционки в попытку оценить свою работу со стороны». Это как раз один из образовательных эффектов работы Акселератора, на который мы ориентировались в ходе его организации. Из-за большого количества команд по всей стране была необходимость разработать такие образовательные инструменты, которые позволяли бы участникам Акселератора формировать основы проектных компетенций при отсутствии возможностей принимать очное участие в его образовательных мероприятиях. В связи с этим не-

Таблица 2. Распределение мнений респондентов о причинах их участия в Акселераторе RAISE, %

Я участвую в RAISE, потому что	Полностью не согласен	Согласен наполовину	Полностью согласен	Итого
поддерживаю социальную роль и ценность социального предпринимательства в развитии региона	2	13	85	100
веду активную общественную жизнь в вузе; RAISE для меня – это одна из множества существующих проектных активностей	1	17	82	100
хочу успешно трудоустроиться благодаря сформированным практическим навыкам	4	20	76	100
хочу быть частью молодежной коммуникационной площадки (знакомиться и общаться со студентами из других команд, из других регионов)	0	26	74	100
хочу иметь возможность поехать в другие регионы, в Москву, на зарубежную стажировку	6	25	69	100
хочу быть конкурентным, хочу побеждать; меня привлекло в RAISE наличие конкурсной составляющей	10	24	66	100
хочу успешно трудоустроиться благодаря наработанному в ходе реализации проектов связям	10	30	60	100
рассчитываю на неформальные бонусы (благосклонность преподавателей и руководства вуза)	45	36	19	100

Таблица 3. Распределение мнений респондентов о роли элементов Акселератора в ходе их проектной деятельности, %

В ходе разработки и реализации проектов RAISE команде очень помогают образовательные сессии, проходящие в Москве	Полностью не согласен	Согласен наполовину	Полностью согласен	Итого
результаты конвейера проектов, который проходит в рамках второй образовательной сессии очередного акселерационного сезона	0	18	81	100
проведение круглого стола с партнерами. Благодаря ему мы определяем приоритетные проектные идеи, находим партнеров для их реализации	1	19	80	100
форма регистрации проекта. Она помогает структурировать информацию о проекте, этапы его реализации, ресурсы и т. д.	6	32	62	100
материалы образовательных сессий и лекций, размещенные в библиотеке RAISE	8	30	62	100
материалы сборников по результатам сезонов RAISE. Кейсы других команд помогают сформировать собственные проектные идеи	12	32	56	100

обходимо отдельно проанализировать оценку респондентами образовательной составляющей Акселератора (табл. 3).

Начнем с того, что образовательная программа RAISE включает online- и offline-форматы. Именно образовательные offline-форматы, по мнению абсолютного большинства респондентов (81%), являются наиболее полезными для их команд в ходе разработки и реализации проектов. К ним относятся образовательные сессии, проходящие в Москве; результаты конвейера проектов, который проходит в рамках второй образовательной сессии очередного акселерационного сезона; проведение круглого стола с партнерами, благодаря которому команды определяют приоритетные проектные идеи, находят партнеров для их реализации.

Немного меньше максимальных оценок получили online-форматы, но все же они помогают более чем половине участников Акселератора успешно разрабатывать и реализовывать их проекты. Надо отметить, что, несмотря на безусловное удобство использования online-форматов в образовании, далеко не все участники образовательного процесса признают их эффективность. В работе Акселератора представлен ограниченный, но необходимый перечень таких форматов. К ним относятся, во-первых, форма регистрации проекта, которая помогает структурировать информацию о проекте, этапы его реализации, ресурсы и т. д. Она помогает в работе 62% респондентов, равно как и материалы образовательных сессий, выложенные в библиотеке Акселератора. Менее всего помогают в проектной работе команд материалы сборников по результатам сезонов RAISE. Однако 56% респондентов отметили, что кейсы других команд помогают им сформировать собственные проектные идеи.

Кроме того, участники Акселератора выделили дополнительные механизмы и технологии работы организаторов RAISE с командами, которые помогают в их работе. Среди них важное место занимают выступления других команд (конкурентов) на финале, которые, по словам респондентов, «позволяют вносить в итоге корректировки в собственную презентацию и сам проект»; в принципе «высокая конкурентность» команд, позволяющая целенаправленно выстраивать работу в новом сезоне. Кроме

того, команды высоко оценивают личное общение с лекторами по интересующим направлениям, получение обратной связи от экспертов на финале и суперфинале Акселератора, на конвейере проектов. Проведение турниров и других флешмобов перед началом финала RAISE способствует также повышению качества работы команд, сплачивая их состав.

Исходя из анализа результатов социологического исследования мы видим, что Акселератор имеет высокую ценность для абсолютного большинства его участников. И эта ценность находится в нескольких плоскостях: *образовательной* (Акселератор формирует дополнительные прикладные проектные компетенции), *профессионально-адаптационной* (создает дополнительные возможности для трудоустройства благодаря сформированным прикладным компетенциями и созданным партнерским связям), *коммуникационной* (выступает площадкой для выстраивания диалога между молодыми социальными предпринимателями России), *социальной* (способствует формированию определенного уровня социальной ответственности), в плоскости *самоопределения и самореализации* (выступает как площадка для поиска и развития лидерского и иного потенциала). Самореализация участников Акселератора во всех этих плоскостях делает их частью общего образовательного пространства, что представляет Акселератор как один из технологических инструментов формирования и развития образовательного пространства в сфере социального предпринимательства.



**ПРОЕКТЫ КОМАНД  
АКСЕЛЕРАТОРА  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ИНИЦИАТИВ RAISE**



# Проект команды Южнокорейского университета Согён «SURTS» (Seokyeong University Russian Translation Service)

**Баллод Ж. О.,**

*профессор факультета иностранных языков  
и международного бизнеса университета Согён,  
Сеул, Республика Корея, Ph. D., куратор проектной  
команды*

## *Актуальность*

По статистическим данным за 2017 г., русскоговорящая диаспора в Южной Корее насчитывает около 100 тыс. человек. В Республике Корея проживает около 40 тыс. россиян и 80 тыс. граждан СНГ. Большинство русскоговорящих в Корее — этнические корейцы из России и Средней Азии, для которых русский является родным языком. В силу исторических причин они не говорят по-корейски и испытывают трудности в бытовых ситуациях. Кроме того, в Корее вследствие увеличения числа международных браков проживает много детей из российско-корейских мультикультурных семей, у которых нет доступа к образованию на русском языке. В рамках нашего проекта мы можем предложить им переводческие услуги, услуги тьюторов корейского и русского языков и школьных предметов, а также выпуск культурной продукции — образовательных видео, фильмов и спектаклей на русском языке.

### *Цель*

Цель проекта — развитие предпринимательства в области индустрии перевода, оказание переводческих услуг социально незащищенным слоям населения, а также достижение образовательного эффекта через вовлечение в проектную деятельность учащихся и повышение их профессиональных и языковых навыков. Наконец, важнейшая миссия проекта состоит в содействии популяризации русского языка в Республике Корея.

### *Целевая аудитория*

Целевая аудитория — представители русскоговорящей диаспоры из России и СНГ, а также дети из мультикультурных семей, проживающие в Южной Корее.

### *Ресурсы*

*Человеческие ресурсы проекта* — студенты факультета русского языка отделения иностранных языков и международного бизнеса университета Соген. 120 студентов факультета изучают русский и английский языки и являются потенциальными участниками проекта. 20 студентов принимают активное участие в проекте.

*Экспертные ресурсы* — знания и навыки студентов, а также специалистов центра мультикультурализма университета.

*Административные и финансовые ресурсы:* проект был реализован в рамках программы поддержки студенческих стартапов Центра помощи по трудоустройству и профориентации университета. Для осуществления проекта были зарегистрированы 3 бизнес-команды, каждая из которых получила финансовую помощь на реализацию проекта в размере 500 долл.

*Партнерами проекта* выступили Центр мультикультурализма университета Соген, КСОРС (Координационный совет организаций российских соотечественников в Республике Корея), а также Россотрудничество и Посольство РФ в РК.

### *Описание проекта*

На этапе подготовки проекта был определен перечень услуг в рамках профессиональных переводческих и языковых компетенций студентов-участников и области их применения.

Туризм: услуги гидов, проведение экскурсий на русском языке; осуществление трансфера.

Образование и перевод: оказание тьюторских услуг (уроки русского или корейского языков), перевод, помощь в поиске информационного материала на русском языке.

Выпуск культурной продукции: съемка фильма или постановка спектакля на русском языке, перевод и озвучивание видеопродукции, создание субтитров.

На этапе реализации проект SURTS был оформлен как университетский стартап, в его рамках были созданы три бизнес-группы, которые осуществляли проекты по каждому направлению.

Туризм: были проведены экскурсии по кампусу на русском языке для иностранных делегаций из России (делегация РАНХиГС, представительство Алтайского края и др.). В составе группы поддержки российской команды была оказана помощь российским туристам и спортсменам во время зимних Олимпийских игр в Пхенчхане. Оказаны логистические услуги (встреча и трансфер) во время проведения II детской научной конференции на русском языке «Юный исследователь».

Создание культурной продукции: перевод детских образовательных видео для русского Ютуб-канала ДИДИ-ТВ, их озвучивание на корейский язык и монтаж субтитров.

Образование и перевод: была создана группа в Фейсбуке «Перевод на русский для родителей», в которой студенты оказывают русскоговорящим родителям помощь по переводу материалов из корейских школ и дошкольных учреждений. Были переведены материалы для II детской научной конференции на русском языке «Юный исследователь» и для издания сборника детских работ на русском языке.

### *Результаты в количественных и качественных показателях*

Создание культурной продукции: российские образовательные видеоролики вышли на корейский рынок, было зафиксировано до 10 тыс. просмотров.

Образование и перевод: группа «Перевод на русский для родителей» собрала аудиторию в 1 тыс. человек — родителей, чьи дети учатся в корейской школе и нуждаются в переводческих услугах. Была оказана помощь в организации в университете Соген детской научной конференции на русском языке «Юный исследователь» для детей из семей россиян и этнических корейцев, проживающих в Корее, у которых нет возможности для общения на русском языке. В мероприятии приняли участие 200 человек.

SURTS оказывала услуги по устному и письменному переводу, помощь в редактировании и издании сборника. Приняли участие 20 студентов.

Туризм: во встрече российских болельщиков и спортсменов в аэропорту приняли участие 20 студентов. Участники SUTRS встретили хоккейную команду «Красная машина», а также дали интервью российским и корейским телепрограммам.

Финансовые показатели: был получен доход от продажи образовательных видео с корейским дубляжом (компания ДИДИ-ТВ), от работы по сопровождению конференции и перевода материалов сборника (Центр мультикультурализма) в размере около 700 долл.

### *Достижения*

Важным достижением проекта по социальному предпринимательству в области индустрии перевода SUTRS является образовательный эффект. За период осуществления проекта (2-й учебный семестр 2017 г., 6 месяцев) было задействовано более 20 студентов университета Согён. Они получили возможность практического применения профессиональных навыков, что повышает их мотивацию к изучению русского языка и в дальнейшем возможности трудоустройства по специальности. Группа из трех студенток (Ким Еджин, Ким Е Джи и Хан Кен А) приняла

участие в конкурсе RAISE в Москве, где выступила с презентацией о проекте и университете на русском языке.

Была охвачена следующая аудитория: перевод — 1 тыс. участников группы «Перевод на русский для родителей» и 200 участников детской конференции «Юный исследователь»; культурная продукция — 10 тыс. человек корейских зрителей российских образовательных видеороликов. Расширение аудитории и потребителей продукции в индустрии корейско-русских переводов свидетельствует об активизации российско-корейских связей и способствует росту популярности русского языка и культуры.

### *Барьеры*

Барьером стало масштабирование проекта, так как в течение года многие активные участники закончили университет и нашли работу. Следует продумать механизм передачи опыта старшими студентами младшим. Также не хватало практических знаний в области предпринимательства.

### *Перспективы развития проекта*

- Разработка механизма масштабирования проекта и привлечения новых участников, изучение опыта социального предпринимательства в Корее и России.
- Расширение целевой аудитории через социальные сети и спектра переводческих услуг и продукции в рамках проекта. Развитие тьюторских услуг для детей из мультикультурных семей или семей этнических корейцев.
- Развитие сотрудничества с больницами и оказание услуг для медицинских туристов из России. В южнокорейских медицинских учреждениях проходят длительное лечение несколько десятков детей из России, для них планируется поставить детские спектакли на русском языке.

### *Литература*

*Гладких Н., Вайнер В., Большакова Д.* Опыт поддержки и развития социального предпринимательства в Южной Корее. М., 2013;

<http://media.rspp.ru/document/1/f/3/f3ec4871ec6a01defec3483dd76fd416.pdf>

Профессор-русист из Южной Кореи: русские школы растут в стране как грибы после дождя [электронный ресурс] <https://tass.ru/interviews/4737475> (дата обращения — 1 сентября 2018 г.).

МИД: российских олимпийцев в Корею встречали студенты-русисты [электронный ресурс] <https://www.infox.ru/news/29/lifestyle/sport/193648-mid-rossijskih-olimpijcev-v-koree-vstrecali-studenty-rusisty> (дата обращения — 1 сентября 2018 г.).

Всекорейская детская научная конференция на русском языке «Юный исследователь» во второй раз прошла в Сеуле [электронный ресурс] <http://ksorskorea.org/yr2018/> (дата обращения — 1 сентября 2018 г.).

# Проект команды Уральского института управления — филиала РАНХиГС «Возле дома»

**Масленникова А. Ю.,**

*доцент кафедры экономической теории,  
дипломированный бизнес-тренер высшей категории,  
куратор проектной команды, канд. экон. наук*

**Масленников Д. Ю.,**

*доцент кафедры экономической теории,  
ментор проектной команды, канд. экон. наук*

**Панова А. В.,**

*студентка 4-го курса Уральского института  
управления — филиала РАНХиГС,  
капитан проектной команды*

**Молостцова О. В.,**

*студентка 4-го курса Уральского института  
управления — филиала РАНХиГС,  
руководитель проекта*

## *Актуальность*

Стратегия действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 г. (далее — Стратегия) (утв. распоряжением Правительства РФ от 05 февраля 2016 № 164-р) указывает на то, что граждане старшего поколения являются носителями знаний и опыта, стремятся к осуществлению трудовой деятельности, сохраняют и приумножают богатство культуры страны и передают его молодым поколениям, выступают хранителями важнейших духовно-нравственных ценностей и обеспечивают связь и солидарность поколений.

Одной из особенностей современной демографической ситуации является высокая численность лиц пожилого возраста. В силу возрастных особенностей пожилым людям трудно адаптироваться к изменяющимся социально-экономическим условиям. Это обуславливает необходимость принятия мер, направленных на создание условий для их активного участия в жизни общества. Многие пожилые люди в современных условиях чувствуют свою неприспособленность и социальную не востребо- ванность. Возможность полноценного участия пожилых людей в общественной жизни зачастую ограничена. Также часто затруднена их социальная коммуникация, в том числе с молодым поколением.

В Стратегии отмечается, что эффективным механизмом поддержки социальной активности граждан старшего поколения является их вовлечение в образовательный процесс.

Другое направление работы в рамках Стратегии — содействие повышению уровня социальной адаптации пожилых людей, упрочению социальных связей в сочетании с расширением их социокультурных контактов.

Таким образом, обозначенные проблемы являются актуальными и требуют решения путем мобилизации различных ресурсов, в том числе общественных в лице молодежи.

### *Цель*

Оказание помощи пожилым людям и лицам с ограниченными возможностями здоровья в преодолении проблем социальной изоляции и трудоустройства через вовлечение их в облагораживание придомовых территорий многоквартирных домов города Екатеринбурга.

### *Целевая аудитория*

Целевой аудиторией проекта «Возле дома» являются женщины и мужчины пенсионного возраста (от 55 лет) и лица с ограниченными возможностями здоровья, проживающие в Екатеринбурге, владеющие определенными навыками в ландшафтном дизайне

и имеющие потребность в расширении своего круга общения, в дополнительном заработке от занятия любимым делом — выращиванием и уходом за растениями.

### *Описание проекта*

«Возле дома» — это уникальный проект, который направлен на обучение лиц пенсионного возраста основам ландшафтного дизайна с возможностью дальнейшей реализации ими проектов по озеленению придомовых территорий Екатеринбурга и Свердловской области. Обучение осуществляется посредством проведения образовательных курсов, организуемых студентами Екатеринбурга с привлечением специалистов по ландшафтному дизайну из специализированных агентств, а также студентов старших курсов из профильных ссузов и вузов Екатеринбурга.

### *Ресурсы*

Разработчиками и преподавателями курса стали специалисты из ландшафтного агентства «Садовые заботы» и клуба ландшафтных дизайнеров «Клевер», было привлечено 3 специалиста.

Для набора первой группы мы обратились в Совет ветеранов Екатеринбурга, а также разместили объявление в областной газете.

Первоначальные вложения на развитие проекта были сделаны членами проектной команды, а также получен грант от Росмолодежи в размере 300 тыс. руб.

### *Барьеры*

В ходе реализации проекта столкнулись со следующими барьерами:

- управляющие компании могут не заинтересоваться ландшафтными проектами, созданными слушателями нашего курса;
- условия, на которых управляющие компании согласятся работать, могут оказаться невыгодными;

- недоверие потребителя к ландшафтным проектам, созданным не профессионалами;
- необходимость особой деликатности и терпимости при работе с целевой аудиторией.

Для преодоления барьеров были предприняты следующие мероприятия:

- стоимость ландшафтных проектов, созданных слушателями курса, сделать ниже рыночной. Это позволит привлечь управляющие компании;
- публиковать в СМИ и социальных сетях информацию о результатах различных стадий проекта. Это будет способствовать повышению узнаваемости и формированию бренда;
- учитывать интересы управляющей компании при разработке ландшафтных проектов целевой аудиторией.

#### *Результаты в количественных и качественных показателях*

Количественные показатели:

- 5 500 руб. — среднемесячный доход целевой аудитории;
- 53 пенсионера обучено;
- 7 пенсионеров задействовано в создании проектов благоустройства придомовой территории;
- 4 соглашения с УК;
- 120 тыс. руб. — объем выручки, из которой 42 тыс. руб. — объем чистой прибыли.

Качественные показатели:

- Содействие в социализации пожилых людей, повышение уровня их социальной активности.

#### *Достижения*

На развитие образовательной платформы получен грант от Росмолодежи в размере 300 тыс. руб.

Было получено более 50 положительных отзывов от участников проекта, а также 12 публикаций в СМИ.

*Перспективы развития проекта*

- Расширение целевой аудитории проекта.
- Масштабирование проекта в другие регионы.
- Создание обучающего канала на YouTube, онлайн-курсы.
- Новые сферы деятельности.

# Проект команды Уральского института управления — филиала РАНХиГС «Творческая мастерская “WOW, мама!”»

**Масленникова А. Ю.,**

*доцент кафедры экономической теории,  
дипломированный бизнес-тренер высшей категории,  
куратор проектной команды, канд. экон. наук*

**Масленников Д. Ю.,**

*доцент кафедры экономической теории,  
ментор проектной команды, канд. экон. наук*

**Панова А. В.,**

*студентка 4-го курса Уральского института  
управления — филиала РАНХиГС,  
капитан проектной команды*

**Лукиных А. С.,**

*студент 4-го курса Уральского института  
управления — филиала РАНХиГС,  
руководитель проекта*

## *Актуальность*

Проблема социализации женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком, — одна из самых насущных из тех, с которыми сталкивается молодая мама. Новое увлечение, постоянное живое общение, возможность быть частью внешней среды и «выходить в свет» — то, чего так не хватает многим мамочкам, находящимся в декрете, а также многодетным мамам. По результатам проведенного нами опроса, 96% молодых мам и многодетных мам хотят получать доход за счет своего хобби.

Мы помогаем мамам, находящимся в отпуске по уходу за ребенком, а также многодетным мамам реализовывать свои творческие способности, получая при этом дополнительный доход.

Наши мастер-классы — это не только процесс обучения, но и общение с другими участниками, с нашими рукодельницами, а также приглашенными гостями. Это уникальное коворкинговое пространство, где происходит обмен информацией, царит атмосфера творчества и рождаются новые идеи.

### *Цель*

Решение проблем социализации женщин, их творческой самореализации, а также получения ими дополнительного заработка путем реализации продукции и проведения мастер-классов.

### *Целевая аудитория*

Женщины в возрасте 25–40 лет с уровнем дохода средним и ниже среднего, являющиеся многодетными мамами и/или мамами в декретном отпуске, владеющие навыками рукодельного мастерства, испытывающие потребность в дополнительном заработке, повышении собственной самооценки, стремящиеся к саморазвитию и творческой самореализации.

### *Описание проекта*

Оказание поддержки молодым, а также многодетным мамам, которые умеют создавать своими руками различные изделия. Организация серии мастер-классов по интересам, принять участие в которых могут все желающие. Открытие интернет-магазина, где можно по приятным ценам приобрести handmade-изделия от мам-мастериц.

Таким образом, мамы-рукодельницы имеют уникальную возможность в свободное время заниматься любимым творчеством, получая при этом дополнительный заработок, а также на время мастер-классов вновь чувствовать себя активными членами общества и погрузиться в творческо-рабочую атмосферу.

### *Ресурсы*

Для привлечения целевой аудитории обратились в Управление социальной политики Екатеринбурга, а также партнерские СМИ, что позволило привлечь в проект 7 молодых мам.

При поиске материальных ресурсов привлекли несколько новых и уже существующих партнеров.

Финансовые вложения на запуск проекта были сделаны членами проектной команды, а также получен грант от Росмолодежи на 300 тыс. руб. Основными каналами продаж стали социальные сети, онлайн-маркеты, торговые точки партнеров.

### *Барьеры*

В ходе реализации проекта столкнулись со следующими барьерами:

- снижением уровня реальных располагаемых денежных доходов населения в регионе;
- большим числом подобных организаций, занимающихся проведением мастер-классов, что создает высокую конкуренцию в регионе;
- сезонными колебаниями спроса — летом спрос на МК будет ниже, поскольку подавляющее число ЦА находится в отпуске;
- относительно высокой стоимостью мастер-классов в сравнении с конкурентами.

Для преодоления барьеров были предприняты следующие мероприятия:

- Привлечение новых потенциальных клиентов за счет специальных предложений: скидок, акций, розыгрышей, целью которых будет повышение спроса на мастер-классы и возможность участия в них по приемлемым ценам;
- Знакомство потребителей с качеством мастер-классов путем проведения бесплатных ознакомительных мастер-классов и др.

### *Результаты в количественных и качественных показателях*

#### Количественные:

- Проведено 23 мастер-класса с охватом более 200 человек;
- 12 мам задействованы в проекте, из них 7 молодых, 2 многодетные, 3 одинокие мамы;
- Доход каждой мамы увеличился на 10–12 тыс. руб. в месяц;
- Общий объем выручки составил 285 тыс. руб., из которых 74 тыс. — чистая прибыль.

#### Качественные:

- Снижается уровень социальной изоляции мам, находящихся в декрете, и многодетных мам;
- Мамы-мастерицы занимаются любимым творчеством и получают дополнительный доход;
- Участницы проекта ощутили себя увереннее, поверили в свои силы.

#### *Достижения*

- Получен грант от Росмолодежи в размере 300 тыс. руб.;
- Более 10 публикаций в средствах массовой информации, получено 115 положительных отзывов о проекте.

#### *Перспективы развития проекта*

- Привлечение в проект 20 мам из Екатеринбурга, 15 мам из малых городов Свердловской области;
- Запуск полноценного курса по проектированию, конструированию и пошиву одежды с партнером — студией моды Just Fashion;
- Открытие более 10 новых направлений мастер-классов;
- Более 5 трейдеров как в Екатеринбурге, так и в других регионах.

# Проект команды Уральского института управления — филиала РАНХиГС «Мы»

**Масленникова А. Ю.,**

*доцент кафедры экономической теории,  
дипломированный бизнес-тренер высшей категории,  
куратор проектной команды, канд. экон. наук*

**Масленников Д. Ю.,**

*доцент кафедры экономической теории,  
ментор проектной команды, канд. экон. наук.*

**Панова А. В.,**

*студентка 4-го курса Уральского института  
управления — филиала РАНХиГС,  
капитан проектной команды*

**Савина М. А.,**

*студентка 4-го курса Уральского института  
управления — филиала РАНХиГС,  
руководитель проекта*

## *Актуальность*

Согласитесь, когда речь идет о детях, возникают только самые нежные и ласковые чувства. А когда мы слышим об «особенных» детях, нас еще больше переполняют эмоции. Проблема социализации детей с ограниченными возможностями здоровья, профориентации детей-сирот и учеников коррекционных школ одна из острых на сегодняшний день. Дети с расстройствами аутистического спектра не могут найти себя в обществе, чувствуют себя никому не нужными, ущемленными, а их родители опускают руки, видя все это. Реализация творческого потенциала, определение скрытых резервов способностей, открытая позиция общества помо-

гут детям найти себя в жизни, научиться зарабатывать и обеспечивать себя в зрелом возрасте. По результатам проведенного нами наблюдения 70% детей с ограниченными возможностями здоровья, чья реабилитация началась вовремя, могут достигать серьезных творческих успехов и составить конкуренцию в этой области людям нормо-типа.

Выбранная целевая аудитория важна тем, что она наиболее незащищенная и нуждается в дополнительных инструментах адаптации в современных общественных реалиях.

### *Цель*

Социализация детей с ОВЗ посредством реализации их творческих способностей и профориентация детей-сирот. Решение проблем социализации детей с ограниченными возможностями здоровья, профориентации детей-сирот и учеников коррекционных школ, а также получение ими дополнительного заработка путем реализации их изделий.

### *Целевая аудитория*

- Дети с ОВЗ (аутизм, синдром Дауна, слабовидящие).
- Дети-сироты в возрасте от 4 до 16 лет.

### *Описание проекта*

«Мы» — это уникальный проект, который направлен на создание условий для социализации детей с ограниченными возможностями здоровья, а именно дети в возрасте от 4 до 16 лет рисуют эскизы изделий на заданную тематику. Дизайнеры и мастера по пошиву одежды из команды проекта создают технические рисунки одежды, отшивают ее и продают через шоу-румы или социальные сети. Одежда является уникальной, при этом подходит для повседневной носки. От продажи изделий дети, чьи рисунки были использованы в качестве принта или эскиза, получают вознаграждение, что стимулирует их развиваться дальше.

Профориентация детей-сирот осуществляется за счет обучения их на мастер-классах изготовлению handmade-изделий

и дальнейшей их продажи с целью получения детьми возможности самостоятельно зарабатывать. Это даст им стимул поверить в себя, в нужность обществу и позволит определить свое место в жизни.

### *Ресурсы*

Для привлечения целевой аудитории мы обратились в ассоциацию «Особые люди» и центр «Развитие». Так было привлечено в проект более 70 детей.

При поиске материальных ресурсов мы привлекли партнеров со всей России и даже из стран СНГ.

Основными каналами продвижения проекта стали социальные сети ВКонтакте, Facebook, Instagram. Также это оффлайн-ярмарка Sandarina market и шоу-румы Екатеринбурга.

Наконец, финансовые вложения на создание первых изделий были сделаны членами проектной команды на сумму 49 тыс. руб.

### *Барьеры*

В процессе реализации проекта мы столкнулись со следующими барьерами.

Во-первых, это большое количество конкурентов. Изделия с принтами предлагают индивидуальные производители, масс-маркет и шоу-румы. Также существуют подобные социальные проекты, которые оказывают помощь детям с ОВЗ. Однако они предлагают лишь сувенирную продукцию.

Ключевым преимуществом нашего проекта является то, что это интересные дизайнерские решения. Мы отшиваем капсульные коллекции одежды, что делает наш бренд неповторимым, узнаваемым. Но самое главное — мы помогаем особенным детям социализироваться и чувствовать себя уверенно среди сверстников.

Во-вторых, несформированность бренда и возможный брак изделий. Для преодоления данного барьера были привлечены эксперты в области дизайна на базе академии, которые помогли

нам сформировать бренд, обеспечили необходимыми ресурсами и информацией, позволяющей исправить брак изделия.

### *Результаты в количественных и качественных показателях*

Количественные показатели:

- 400 руб.— разовый доход ребенка за использованный эскиз в производстве одежды;
- Более 100 детей с ОВЗ в проекте;
- 8 мастер-классов по рисованию для детей с ОВЗ;
- 308 тыс. руб.— объем выручки, из которых 78 тыс. руб.— объем чистой прибыли.

Качественные показатели:

- Снижение уровня социальной изоляции детей с ОВЗ;
- Раскрытие творческих способностей, самореализация детей-сирот, детей с ОВЗ;
- Создание условий для развития духовно-творческого потенциала детей;
- Получение коммуникативных навыков при работе с детьми, родителями, студентами и т. д.

### *Достижения*

- Более 7 публикаций в СМИ;
- Сотрудничество с армянским брендом одежды TIGORICO (разработка коллекции одежды и аксессуаров для продажи не только в России, но и в Армении);
- Сотрудничество с брендом Alex's family, занимающимся пошивом одежды для людей-инвалидов.

### *Перспективы развития проекта*

- Более 200 детей с ОВЗ в проекте;
- Масштабирование проекта в другие регионы;
- Более 10 трейдеров;
- Международное сотрудничество (страны СНГ).

# Проект Южно-Российского института управления — филиала РАНХиГС «Plastic Way»

**Волокитина М. В.,**

*студентка факультета экономики ЮРИУ РАНХиГС*

## *Актуальность*

Современный мир — это сумасшедший поток информации, бешеный ритм и постоянная нехватка времени. На сегодняшний день в обществе особенно остро стоят два вопроса, решение которых позволит сделать жизнь тысяч людей качественно лучше.

Первый — это неразвитость доступной среды для людей с ограниченными возможностями здоровья. Они ежедневно сталкиваются с отсутствием беспрепятственного доступа к объектам и услугам в приоритетных сферах жизнедеятельности, а также к таким рядовым объектам, как магазины, кафе, театры, кинотеатры и т. д. Множество установленных пандусов (по нашим исследованиям, около 50–55%) не соответствуют ГОСТам о конструкциях для передвижения маломобильных групп населения.

Второй немаловажный вопрос связан с возрастающей потребностью в повышении культуры грамотной утилизации пластиковых отходов в Ростовской области, скопление которых вредит окружающей среде.

## *Цель*

На данный момент из 1000 опрошенных инвалидов лишь 35% дали положительную оценку доступности

приоритетных объектов и услуг в сферах жизнедеятельности инвалидов и других маломобильных групп.

### *Описание проекта*

Для комплексного решения обеих проблем был разработан проект Plastic Way, предполагающий создание и внедрение инновационных модульных мобильных пандусов из вторично переработанного пластика. Проект был создан в проектной школе социального предпринимательства «Пятый элемент», прошел несколько стадий развития, получил поддержку на региональном и федеральном уровнях, прошел обработку в инновационном центре «Сколково» и сейчас полностью готов к реализации не только в Ростовской области, но и в России, а в перспективе планируется выход на мировой рынок.

Благодаря установке таких пандусов будет увеличен показатель положительной оценки инвалидами доступности приоритетных объектов и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности до 45–50%, будут оборудованы пандусами 65% объектов Ростовской области. Через полгода реализации проекта инвалид-колясочник сможет посетить на 150 заведений Ростова-на-Дону больше, тем самым гораздо легче социализироваться и интегрироваться в общество. Лояльность к бизнесу частных клиентов повысится на 20%. Бизнес будет становиться более социально ответственным, расширится клиентская база из числа людей с ОВЗ и здоровых людей посредством рекламы и следования социальным трендам развития общества. Активность людей с ограниченными возможностями здоровья возрастет до 65–75%. Прибыль организаций повысится на 5–10%.

### *Целевая аудитория*

Потребительскими сегментами для проекта Plastic Way являются муниципальные организации и учреждения РО, коммерческие клиенты, органы государственной власти. Ценностное предложение — это уникальный пандус, не имеющий аналогов во всем мире.

*Результаты в количественных и качественных показателях*

На данный момент уже имеются ресурсы и партнеры в лице завода, промышленного коворкинга, волонтерского центра, учебных заведений и т. д.

Уже осуществлен расчет финансовых показателей, готова детализированная смета расходов. Показатель рентабельности в первый месяц реализации анализируемого проекта составляет 0,23, а уже через полгода его значение увеличивается до 1,06.

Одним из главных рисков являются производственный (неисправность оборудования, плавление пластика, раскол конструкции), финансовый (привлечение инвестиций, участие в конкурсах с грантовой поддержкой, привлечение партнеров на взаимовыгодных условиях) и риск нестабильного спроса. Мы нашли такие методы преодоления возникновения рисков:

- соблюдение правил эксплуатации, техники безопасности во время отливки пандуса;
- нанесение на пандус специального коррозиестойчивого, антискользкого и антивозгорающего покрытия;
- привлечение инвестиций, участие в конкурсах с грантовой поддержкой, привлечение партнеров на взаимовыгодных условиях;
- уплотнение конструкции специальными металлическими креплениями;
- реклама продукции на всевозможных платформах, «холодные звонки», личное предложение клиентам.

# Проект Института государственной службы и управления РАНХиГС «Национальные парки России: Wild Camp»

**Туранова Е. А.,**  
*студентка ИГСУ РАНХиГС*

## *Актуальность*

Национальные парки России — территория нашей страны, которая должна быть доступной, интересной и экологически сохраненной. Можно запретить человеку доступ к природе, из бюджетных средств финансировать ее сохранение и защиту от браконьеров, а ценные природные объекты загородить от человека. Тогда жители городов навсегда оторвутся от экосистемы, люди своими глазами не увидят уникальных мест и не испытают восторга от планеты. Хорошо, что человеческая мысль пошла дальше, чем установка запретов, и сумела найти модель гармоничного сохранения природных территорий и удовлетворения стремлений человека к исследованиям и изысканиям. Мировой опыт показывает, что национальные парки — наиболее оптимальная форма особо охраняемой природной территории. В системе национальных парков мы создаем человеку комфортные условия для путешествий по диким местам, предлагаем разные варианты экологического туризма, а на вырученные с этого средства территории сохраняют природу, проводят постоянный экологический мониторинг, занимаются экологическим просвещением населения.

Служба национальных парков США имеет вековую историю охраны дикой природы и исторических объектов. Кемпинги и трекинговые тропы американских нацпарков посещает более 300 млн туристов в год со всего мира, активно проводится экологическое просвещение. И сами американцы гордо говорят: «Национальные парки Америки — лучшая идея Америки». А что происходит с национальными парками в России? С целью поиска ответа на этот вопрос в ИГСУ РАНХиГС в 2017 г. был запущен масштабный научно-исследовательский проект по изучению российской системы национальных парков.

Научное исследование показало потенциал территорий, проблемы и зоны роста. Стало понятно, что работы много и требуется специализированный сервис и единая сеть российских национальных парков.

- Менее 17% россиян знают о национальных парках, и только 3% из них были в нацпарках.
- Менее 1% иностранцев слышали о национальных парках России.
- 1 млрд руб.— ежегодный экологический ущерб от хаотичного туризма на заповедных территориях. Заповедные территории убыточны для федерального бюджета на 5 млрд руб. ежегодно.

Знать ситуацию, разбираться в национальных парках и сидеть сложа руки уже было невозможно. Образовалась команда людей, готовых помогать национальным паркам России развиваться в реальной жизни. В 2018 г. Екатерина Туранова создает автономную некоммерческую организацию «Центр развития национальных парков WildCamp».

### *Цель*

Организация WildCamp нацелена на развитие национальных парков, в частности на маркетинговое продвижение уникальных природных территорий, развитие экологического туризма, экологическое просвещение для широкого круга лиц, привлечение компаний и волонтеров к охране заповедной природы, орга-

низацию научно-исследовательской и научно-популярной деятельности в данной сфере.

### *Описание проекта*

Проект объединяет потребности национальных парков и помогает им решить их маркетинговые, туристические и экологические задачи (аудит, предоставление услуг и выполнение работ), самостоятельно создает проекты, связанные с национальными парками, дает возможность любому заинтересованному отправиться в путешествие по национальным паркам России (туристический агрегатор) или включиться в волонтерские и благотворительные проекты (поиск людей на мероприятия нацпарков) и внести свой вклад в сохранение природы, работая в тесном сотрудничестве с компаниями и коммерческими структурами.

Команда молодая и сильно выделяется во всей системе охраняемых природных территорий своим современным, порой инновационным подходом к решению традиционных задач.

### *Результаты в количественных и качественных показателях*

Из научного исследования выросла проектная группа. Она реализовала несколько проектов с национальными парками и, являясь молодой и энергичной на рынке, успешно выстроила схему работы, основала автономную некоммерческую организацию. За год существования организацией реализовано более 10 всероссийских проектов, миллионы человек узнали о национальных парках России. WildCamp стремится построить мощную культуру национальных парков в нашей стране, чтобы защита природы была интересна, путешествия были доступны, человек дружил с лесом, горами и животными и с гордостью говорил: «Российские национальные парки — моя ценность и наше общее благо».

### *Перспективы развития проекта*

- 2018: создание интерактивной карты национальных парков.
- 2019: расширение сообщества — более 50 тыс. участников.

## СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

- 2020: увеличение объема продаж туристических предложений на 1000%.
- 2021: развитие международной сети национальных парков — более 40 стран.

Проект способствует устойчивому развитию территорий, сохранению биоразнообразия на планете, приносит экономическую выгоду странам от осуществления туристической деятельности, создает новые рабочие места. Организация, созданная и управляемая студентами, имеет уже 3 рабочие команды в разных уголках страны и решительно настроена расширяться, масштабировать проекты и построить настоящую сеть национальных парков России, чтобы борьба за сохранение природы из слов превратилась в действие.

# Проект Челябинского филиала РАНХиГС «Семейный клуб “Рука в руке”»

**Подзимкова Е. А.,**

*куратор команды «Экситон» Челябинского филиала  
РАНХиГС, начальник отдела ВПП*

**Якупова А. О.,**

*студентка Челябинского филиала РАНХиГС*

**Мельников В. А.**

*студент Челябинского филиала РАНХиГС*

**Семенова И. Ю.,**

*студентка Челябинского филиала РАНХиГС*

## *Актуальность проекта*

Все дети индивидуальны в своем развитии, более всего это убеждение касается особенных детей. Согласно статистике, на территории Челябинской области проживает около 13 тыс. детей с ограниченными возможностями. Но, несмотря на то что у них наблюдается задержка когнитивного развития, внимание не такое стойкое, а мышление замедленное, особенные дети могут научиться очень многому.

Этому способствуют систематические занятия по развитию речи, мелкой и общей моторики рук, включение ребенка в разнообразную деятельность и другое.

Создание позитивного эмоционального настроения не менее важно и для родителей особенных детей. Зачастую родители, у которых растет особенный малыш, эмоционально подавлены, чувствуют себя менее счастливыми и не видят выхода из ситуации.

Таким родителям не хватает общения в «кругу равных», оказавшихся в такой же ситуации.

Существует множество программ по реабилитации особенных детей. Но очень мало внимания уделяется проблемам родителей. Многим из них не хватает терпения для воспитания особенного малыша в семье, многие просто не обладают достаточными знаниями в этом вопросе.

Именно поэтому мы решили провести анкетирование в нескольких медицинских центрах, которые связаны с нашей проблемой. Одним из них стал детский медицинский центр по реабилитации детей «Кия». В «Кии» было проведено анкетирование с целью выявления, актуальности нашего проекта. Было опрошено около 30 семей и 97% респондентов ответили, что хотели бы посещать наши занятия хотя бы раз в две недели.

Основная идея проекта — открытие клуба «Рука в руке» для семей с детьми с синдромом Дауна, аутизмом, ДЦП с целью помощи в адаптации семей и создания благоприятной атмосферы для общения, развлечения, развития детей и родителей.

### *Целевая аудитория*

Дети с ограниченными возможностями (ДЦП, с синдромом Дауна, аутизм) от 5 до 12 лет и их родители.

### *Описание проекта*

Командой «Экситон» были составлены специальные программы занятий, которые включали мастер-классы, творческие занятия и клубные тематические встречи для родителей.

В сентябре 2017 г. наша команда посетила реабилитационный центр «Оптимист» в Сергиевом Посаде Московской области. Мы заранее обсудили возможности детей с директором центра и адаптировали программы под следующие категории:

1. Дети, которые все слышат, но не могут говорить, могут только показать.
2. Дети с диагнозом ДЦП.

3. Дети с синдромом Дауна.

4. Гиперактивные дети.

С декабря 2017 г. по апрель 2018 г. при помощи нашего партнера — детского медицинского центра «Кия» Челябинска мы провели 15 занятий с детьми.

В рамках нашего проекта семьи проводят время вместе за творческим делом, а именно за изготовлением поделок. Это позволяет им поговорить в неформальной, уютной атмосфере, расслабиться и отдохнуть. Дети же, в свою очередь, обретают более развитую моторику рук, устойчивое внимание, усидчивость. Кроме того, мы вместе организуем клубные занятия с родителями, праздничные семейные мероприятия. По такому принципу функционирует наш семейный клуб.

Оценив конкурентную среду, мы нашли принципиально новый подход. На наших встречах дети занимаются с родителями изготовлением различного рода поделок абсолютно бесплатно. Потом мы продаем произведенную продукцию, а на вырученные с продажи деньги покупаем необходимые материалы для следующих занятий.

Бизнес-модель в расчете на одно изделие выглядит следующим образом:

### Бизнес-модель: расчет по одному изделию



Реализация проекта осуществляется через нашу некоммерческую организацию ЧРОО «Центр лидерства “Успех”». Каналом монетизации выступает проведение творческих занятий с участниками и дальнейшая реализация изделий на выставках и ярмарках. Остаток от продаж составляет 250%, из которых 150% мы отправляем в помощь родителям особенных детей, 100% идут на дальнейшее развитие проекта.

#### *Социальный эффект*

- Количество вовлеченных в проект семей — 70;
- 124 участника группы ВКонтакте;
- 248 потребителей проекта.

#### *Экономический эффект*

- 124 тыс. руб. — средства, полученные от продажи изделий, произведенных участниками клуба;
- 5 тыс. руб. — краудфандинг;
- 21 644 руб. — собственные средства;
- 248 300 руб. — спонсорские средства.

Таким образом, общая сумма, привлеченная в проект, составила 398 944 руб.

#### *Ресурсы проекта*

- Экспертные ресурсы: Общероссийская общественная организация «Общество “Знание России”»; ООО «Центр анализа и прогнозирования».
- Административные ресурсы: Комитет по делам образования города Челябинска, Челябинский филиал РАНХиГС.
- Информационные ресурсы: Центр анализа и прогнозирования; челябинское региональное отделение организации «Опора России»; Общероссийская общественная организация «Общество “Знание России”».

#### *Партнеры и спонсоры проекта*

- АО «Стройтранснефтегаз», Москва.
- Психологический центр «Бэнтен», Челябинск.
- Детский медицинский центр «Кия», Челябинск.
- Выставка «ЭКСПОЧЕЛ», Челябинск.
- ООО «Центр анализа и прогнозирования», Челябинск.
- Челябинский филиал РАНХиГС.

#### *Освещение в СМИ*

- Сайт службы милосердия «Кия». [www.цм-кия.рф](http://www.цм-кия.рф)
- Новостные порталы [Lentachel.ru](http://Lentachel.ru) и [Sergievgrad.ru](http://Sergievgrad.ru)
- Газета «Почин», сайт Челябинского филиала РАНХиГС
- Группа в социальной сети ВКонтакте
- YouTube канал «ТВР24 Сергиев Посад и Радонежье» (<https://www.youtube.com/watch?v=RCkmXthImUU>)

Дальнейшее развитие проекта «Семейный клуб “Рука в руке”» мы видим в разработке новых интерактивных программ для родителей и детей, в увеличении целевой аудитории, вовлеченной в работу клуба.

# Проект команды Владимирского филиала РАНХиГС «Семейная мастерская»

**Сивякова М.В.,**

*доцент кафедры менеджмента  
Владимирского филиала РАНХиГС, канд. экон. наук*

**Рыбина С.Е.,**

*студентка 1-го курса магистратуры  
Владимирского филиала РАНХиГС*

**Кириллова Т.А.,**

*студентка 3-го курса бакалавриата  
Владимирского филиала РАНХиГС*

**Скачков Р.А.,**

*студент 4-го курса специалитета  
Владимирского филиала РАНХиГС*

**Некрасов Г.Е.,**

*студент 3-го курса специалитета  
Владимирского филиала РАНХиГС*

**Калачихин А.М.,**

*студент 4-го курса специалитета  
Владимирского филиала РАНХиГС*

## *Актуальность проекта*

Реализация проекта «Семейная мастерская» на территории Владимирской области была обусловлена актуальными проблемами, существующими на территории не только Владимирской области, но и всей страны.

Текстильные отходы — огромная проблема, которая охватила всю территорию края, где мы живем. Люди выбрасывают на свалки старую одежду,

предприятия сжигают остатки материалов, и все это приводит к негативным последствиям.

Давайте рассмотрим данную проблему на примере нашего региона. В месяц во Владимирской области выбрасывается до 164 т текстильного мусора, который разлагается до пятидесяти лет, создавая такой же объем вредных выбросов, как миллионы автомобилей. Эти выбросы загрязняют воздух, водоемы, уничтожают флору и фауну, наносят вред здоровью людей.

Другой, не менее острой проблемой в нашей стране остается бедность населения.

Страна не может показывать высокие темпы роста при серьезном расслоении общества по доходам. В России риски бедности у молодых семей с детьми колоссально высоки. «Самые бедные в нашей стране — это молодые семьи». В связи с этим уровень рождаемости упал и спровоцировал естественную убыль населения. Дети, выросшие в бедных семьях, не имеют достаточного количества опыта и знаний чтобы зарекомендовать себя на рынке труда. Из-за падения доходов молодые люди не имеют достаточного количества средств для обеспечения семьи с маленьким ребенком.

Мы увидели возможность найти для этих двух проблем одно эффективное решение.

### *Целевая аудитория*

Основной целевой аудиторией нашего проекта являются молодые семьи, находящиеся в сложном материальном положении.

### *Цель проекта*

Цель — создание эко-бренда «Семейная мастерская», который будет являться устойчивой системой производства и реализации продуктов, отражающих культуру нашего региона, и позволит нам не только утилизировать текстильные отходы и на этом зарабатывать, но и помогать молодым семьям в трудном положении.

Сфера сбора и использования текстильных отходов является неразвитой на территории Владимирской области, и поэтому мы задались вопросом: как сделать из ниши переработки отходов текстильной промышленности устойчивый бизнес? как превратить стагнирующую сферу в перспективную и развивающуюся?

### *Описание проекта*

Мы начали работу с изучения того, из чего состоят текстильные отходы. Во-первых, это могут быть обычные материалы, мелкие остатки от производств, а могут быть и достаточно весомые материалы крупных производств нашей области, которые имеют брак и уже непригодны для дальнейшего использования, но организации расходуют большие средства для их утилизации. Во-вторых, это разноплановая одежда: пригодная и непригодная к носке.

Итак, мы решаем начать нашу деятельность со специализированного сбора текстиля (это одно из направлений отдельного сбора мусора в регионе), в частности одежды, которая в дальнейшем распределяется на социальные нужды и переработку. Также мы решили сотрудничать с крупными производствами нашей области и забирать у них всевозможные остатки.

Во время реализации проекта мы объединяем студентов, молодых дизайнеров и ремесленников нашей области с семьями, которые имеют материальные трудности, для создания уникальной продукции ручной работы из вторичного и переработанного текстиля.

Мы разработали для проекта четкий механизм, по которому проходит работа. Для начала совместно с семьями, ремесленниками и молодыми дизайнерами области разрабатываем макеты изделий. На следующем шаге обучаем молодые семьи навыкам по производству изделий. Наши обучающие мастер-классы проходят 1 раз в неделю, в общей сложности их посещают 123 человека. Определенный процент этих людей в течение целой недели работает над созданием изделий, используя навыки, которым их обучили. Все участники разделены на группы по тому

направлению ремесла, которое ему интересно, каждый ремесленник представляет одно направление.

По результатам одной встречи мы можем произвести около 20 изделий. Это возможно, потому что наши мастер-классы — это не только производственный процесс, но и общение, само-реализация, теплая атмосфера.

Реализация продукции проводится на массовых ярмарках нашего города, также тиражируется в близлежащих городах области и на сайте «Семейная мастерская 33».

### *Ресурсы*

Для того чтобы наладить наше производство, мы привлекли в проект всевозможные ресурсы. Для обеспечения проекта тканями сотрудничаем с крупнейшими предприятиями области, такими как «Торговый дом Ascona», — предприятием, занимающимся производством товаров для сна, «МеbeLi-To» — фабрикой, занимающейся производством мягкой и корпусной мебели.

Наше сотрудничество с данными организациями является взаимовыгодным: они поставляют нам ткань, кожзаменитель и поролон. Материалы являются остаточными от производства либо имеют брак. Мы же, забирая у них материалы, помогаем предприятиям экономить на утилизации. Помещения для встреч нам предоставляют творческие клубы по месту жительства на безвозмездной основе.

В декабре 2017 г. мы получили премию за активное участие в развитии социально-экономической сферы от администрации г. Владимир в размере 40 тыс. руб. Деньги мы инвестировали в проект для закупки мелкой фурнитуры, это делает нашу финансовую модель устойчивой, потому что мы имеем почти беззатратное производство и регулярный доход.

### *Барьеры*

Барьером в реализации проекта стало опасение молодых людей, что произведенная ими продукция не будет востребована и что их труд окажется напрасным и неоплаченным. Но благодаря на-

шим партнерам: известным крупным компаниям на территории Владимирской области, администрации нашего региона — нам удалось убедить семьи в обратном и привлечь большое количество участников.

#### *Результаты в количественных и качественных показателях*

В результате реализации нашего проекта реальные рабочие навыки получили 123 человека. Раньше они не могли найти работу, потому что не имели достаточного опыта, которым теперь обладают. Мы создали 41 рабочее место для людей, которые раньше его не имели. Тем самым мы смогли повысить доход нуждающихся семей на 32% и доход студентов на 27%. Заработок дизайнеров и ремесленников — на 8%.

Мы поддерживаем концепцию безотходного производства и по результатам проекта забираем с предприятий 2,4 т текстильных отходов, эффективно используем их в своем производстве, экономя нашим партнерам на утилизации 3%. По результатам экомарафона мы собрали 5 т текстильных отходов, тем самым уменьшили количество выбросов на 0,7%.

Нам удалось объединить 67 семей и помочь им не только обучиться рабочим навыкам, заработать, но и найти единомышленников, людей с такой же проблемой, которые готовы разделить общую цель и поддерживать друг друга на пути к ее достижению. По результатам экомарафона мы обеспечиваем необходимыми ресурсами 30 семей ежемесячно.

#### *Достижения*

Достижениями нашей команды и нашего проекта стало то, что наши участники стали лауреатами областной награды «Надежда земли Владимирской», получили стипендию за развитие социальной сферы области, звание «Лидер 21-го века» и награду от ассоциации выпускников Владимирского филиала РАНХиГС за развитие социального предпринимательства.

Мы постоянно ищем новые направления расширения нашего бренда. И в перспективе на 2019 г. планируем привлечь в проект

до 150 семей, 25 мастеров и 15 дизайнеров, увеличить каналы реализации: создать собственный «ЭКОбутик» и INSAGRAM-магазин, тем самым увеличить выручку на 30%. Одним из перспективных направлений является создание одежды с элементами культуры области. Данная одежда представлена не только для продажи, но и для аренды в качестве костюмов на фотосессии и праздники.

### *Литература*

Администрация Владимирской области. Комитет проектной деятельности [Электронный ресурс]: сайт. — Электрон. текстовые данные. — Режим доступа: <http://kpd.avo.ru/o-komitet>

Аньшин В.М. Портфель проектов организации: стратегии, типология и анализ / В. М. Аньшин, И. В. Демкин и др. // Управление проектами и программами. 2017. № 1.

Проект ГумИ Владимирского  
государственного  
университета имени  
А. Г. и Н. Г. Столетовых  
«Продвижение ценности  
социального института семьи  
в молодежной аудитории»

**Юдина А.М.,**

*старший преподаватель кафедры ОиПП,  
канд. психол. наук,*

*Владимирский государственный университет  
имени А.Г. и Н.Г. Столетовых*

**Бородкина В.М.,**

*студентка 3-го курса направления «психология»,  
Владимирский государственный университет  
имени А.Г. и Н.Г. Столетовых*

**Круглов Н.М.,**

*студент 3-го курса направления «психология»,  
Владимирский государственный университет  
имени А.Г. и Н.Г. Столетовых*

*Актуальность*

В современной России существует негативная тенденция увеличения деструктивного поведения молодежи. Особенно остро данный процесс затрагивает сферу ценностных ориентаций молодых людей. Это обусловлено ростом инфантильности, индифферентности и морально-нравственной неопределенности в молодежной среде. Наличие проблем в определении ценностных ориентаций молодыми людьми в возрасте от 17 до 30 лет подтверждается общероссийскими данными портала

правовой статистики Генеральной прокуратуры РФ, а также данными, полученными в результате нашего экспериментального исследования (ноябрь — декабрь 2017 г.). В связи с этим для каждого молодого человека с активной просоциальной жизненной позицией решение данного вопроса является первостепенным.

Современный молодой человек выбирает самореализацию, индивидуализацию, финансовое благополучие, влюбленность, здоровье, путешествия и саморазвитие. В то же время проведенные нами социологические опросы показывают, что среди молодежи 65% респондентов не включают ценность семьи в первую пятерку самых важных ценностей, т. е. современный юноша или девушка безответственно отдает будущее и настоящее своей семье на самостоятельное развитие: «как получится».

Мы констатируем, что именно в молодежной возрастной группе наиболее сильно выражены глубинные перемены и противоречия между традиционными ценностями и ценностями семьи, снижение уровня внутрисемейного доверия. Следствием этих противоречий являются предпочтение молодежью незарегистрированных, гостевых форм брака, увеличение числа детей, рожденных вне брака, и несовершеннолетних матерей, увеличение возраста вступления в брак, утрата межпоколенных связей и как следствие потеря личностью своей идентичности.

Глобальной проблемой, таким образом, становится снижение ценности семьи как социального института и для молодежи, и для общества, и для государства.

### *Цель*

Повышение ценности семьи как социального института для молодежи и для общества в целом.

Поставленная цель реализуется посредством решения следующих задач:

1. Выявление ценности семьи в системе ценностной ориентации молодежи.
2. Разработка мероприятий, направленных на формирование ценности семьи в молодежной аудитории.
3. Реализация мероприятий, направленных на формирование ценности семьи в молодежной аудитории.

#### 4. Определение условий, способствующих формированию и продвижению ценности семьи в молодежной аудитории.

##### *Целевая аудитория*

Молодежь в возрасте от 17 до 30 лет, проживающая во Владимире и Владимирской области.

##### *Описание проекта*

В современной России глобальной проблемой является снижение ценности семьи как социального института и для человека, и для общества, и для государства. Наблюдается гипостазирование нравственных ценностей (представлений о семье, супружестве), подвержены дестабилизации традиции семей, у молодых людей не сформировано понимание родительства и детства, преобладают экономоцентризм, материальные блага над духовными ценностями, что приводит к обесцениванию ценностей семьи, девальвации значения материнства и отцовства. Именно поэтому, чтобы обратить внимание государства на данную проблему, в рамках нашего проекта мы апробировали авторскую комплексно-коммуникационную программу по продвижению ценности социального института семьи в молодежной аудитории. В рамках этой программы мы:

во-первых, исследовали уровень сформированности психологической готовности молодежи к семейным отношениям;

во-вторых, предложили программу социально-психологической поддержки молодежи, готовящейся к созданию семьи, и молодых семей;

в-третьих, исследовали мнение молодежной аудитории о качестве реализации федеральных социальных поддерживающих программ, об оказании социально-психологической поддержки в практической деятельности с немедленным внедрением корректирующих действий;

в-четвертых, организовали и провели комплекс мероприятий, направленных на практическое внедрение главной идеи — об усилении ценности семьи в молодежной среде;

в-пятых, оценили результативность предложенной авторской комплексно-коммуникационной программы по продвижению ценности социального института семьи в молодежной аудитории.

Учитывая новизну проекта, можно прогнозировать, что он будет интересен как в системе повышения квалификации психологов и педагогов, так и в рамках допрофессиональной и профессиональной подготовки учащихся, студентов.

Программа предлагала авторский комплекс методик, состоящий из разноаспектных мастер-классов, круглых столов, флеш-моба, открытых лекций, тренингов и консультационной помощи и ориентированный на популяризацию и повышение уровня грамотности и социальной заинтересованности в отношении ценностей института семьи в молодежной аудитории.

### *Ресурсы*

*Материальные:* помещения для проведения лекций, круглых столов, мастер-классов, оборудование для рисования песком и рисования на воде, канцелярские товары.

*Административные:* ректор ВлГУ Саралидзе А. М., ректорат ВлГУ, директор Гуманитарного института ВлГУ Петровичева Е. М.

*Управленческие:* проектная команда ВлГУ под руководством заведующей кафедрой общей и педагогической психологии ВлГУ Прониной Е. В. и руководитель проекта Юдина А. М.

*Финансовые:* начальные денежные средства (грантовый конкурс), фандрайзинг на мероприятиях (флешмоб, PhotoDay).

*Экспертные:* профессорско-преподавательский состав кафедры общей и педагогической психологии Гуманитарного института ВлГУ.

Партнеры и спонсоры нашего проекта: областной перинатальный центр, Владимирская региональная ассоциация средних медицинских работников, Клиника медицинских экспертиз, Владимирский общественный областной благотворительный фонд содействия защите материнства и детства, муниципальное бюджетное учреждение дополнительного образования «Детская музыкальная школа № 1 им. С. И. Танеева» во Владимире, Адми-

нистрация г. Владимира, автономная некоммерческая организация «Психологический центр «Гармония».

### *Барьеры*

Любой проект требует решения непростых задач, и этот не исключение. Наша команда столкнулась с проблемами финансирования, однако с этим нам очень помогла вторая выездная сессия RAISE, на которой мы узнали о существовании фандрайзинга. С его помощью мы привлекли 138 тыс. руб. в наш проект, имеющий преимущественно социальную направленность, где основным источником дохода была только победа в грантовом конкурсе. Кроме того, мы столкнулись с проблемой совмещения учебы и работы по проекту, это, в свою очередь, повлекло эмоциональное выгорание участников. Однако благодаря взаимной поддержке членов команды мы смогли преодолеть все возникшие трудности.

### *Результаты*

#### Социальные

1. 1515 человек приняли участие в разноаспектных мероприятиях.
2. 15 мероприятий проведено.
3. На 41,5% повысилась ценность семьи.
4. 3 студенческие семьи образовалось во время проведения проекта!
5. 11 студенческим семьям была оказана эффективная психологическая помощь.

#### Экономические

В итоге в проект было привлечено 438 тыс. руб., из них:

– 300 тыс. руб.— победа в грантовом конкурсе;

– 138 тыс. руб. – прибыль от фандрайзинга, организованного в рамках таких мероприятий, как флешмоб «Рука за руку» и PhotoDay.

### *Достижения*

На данном этапе наш проект реализован. Мы провели запланированные мероприятия. Это позволило повысить интерес к семейным ценностям и ценность семьи у молодежи. В рамках проектной работы была оказана помощь молодым семьям в решении их проблем. Эта работа проводилась на базе НОЦ кафедры общей и педагогической психологии Владимирского государственного университета имени А.Г. и Н.Г. Столетовых.

### *Перспективы развития проекта*

В рамках развития проекта предполагается повышение масштабируемости предложенной нами авторской комплексно-коммуникационной программы. Это будет осуществляться за счет привлечения большего количества молодежи, а именно старших школьников и школьников среднего звена, не только Владимира, но и области к процессу развития семейных ценностей.

На этапе развития предполагаем реализацию программы формирования семейных ценностей у молодежи с ОВЗ и развитие этнических ценностей семьи в межнациональных браках в рамках НОЦ кафедры общей и педагогической психологии Владимирского государственного университета имени А.Г. и Н.Г. Столетовых.

Контрольные цифры нашей проектной работы показывают необходимость развивать у молодежи ценность семьи в аспекте: Я – 7Я. Кроме того, мы планируем открытие НКО «Я – 7Я», в рамках которой будет оказываться профессиональная психологическая помощь и поддержка молодым семьям, а также тем, кто только собирается создать семью.

# Проект Волгоградского института управления — филиала РАНХиГС «Ангельская мастерская»

**Ширяева В.А.,**

*старший преподаватель кафедры корпоративного  
управления ВИУ — филиала РАНХиГС*

## *Актуальность*

Процесс лечения в стационаре онкодиспансера является достаточно длительным, месяцами дети вынуждены находиться среди больничных стен, не имея возможности жить полноценной жизнью: ходить в школу, заниматься в творческих кружках. Именно поэтому организация их досуга является важной проблемой, требующей решения. Актуальность проекта не вызывает сомнения, так как полноценная досуговая система для детей из онкогематологического диспансера попросту не создана. Дети проводят время либо по своему усмотрению, либо в ожидании разовых праздничных акций от благотворителей. Досуг для тяжело болеющих детей — это то пространство личного времени, которое должно наполняться положительными эмоциями и радостью, служить развитию различных умений и навыков, готовить к возвращению в реальный мир после завершения лечения. На фоне благоприятного эмоционального микроклимата во время совместно проводимого досуга и развлечений легче переносится химиотерапия, дети меньше подвержены нервным срывам и депрессии, успешнее проходят лечение. Действительно, во время эффективно организованного досуга дети могут

не только научиться чему-то новому, они получают сильнейшую эмоциональную поддержку благодаря работе в группе, что положительно влияет на процесс общего выздоровления. Согласно исследованиям психологов, реальный процент данного фактора колеблется от 30 до 45.

### *Цель*

Организация системы досуга детей, находящихся на лечении в дневном стационаре Онкогематологического диспансера № 1 Волгограда.

### *Целевая аудитория*

Дети, находящиеся на лечении в дневном стационаре Онкогематологического диспансера № 1 Волгограда.

### *Описание проекта*

В основе реализации проекта лежит технологическое решение, обеспечивающее его финансовую устойчивость.

1. В ноябре 2017 г. нами был организован благотворительный показ спектакля театральной студии ВАГС, по итогам которого было собрано 6500 руб. Эти деньги были потрачены на проведение первого мастер-класса мастерской, на котором дети совместно с волонтерами своими руками сшили волшебных фетровых ангелочков.
2. Местом обитания изготовленных игрушек стала новогодняя елка фонда «Мечты ангелов», ставшего партнером нашего проекта, обеспечившего административным ресурсом при работе с руководством диспансера и сборе финансовых средств. Идея проста — любой посетитель ВТЦ в дни новогодних каникул мог пожертвовать сумму в счет реализации проекта, забрав фетрового ангелочка на елочку к себе домой.
3. Продажа ангелов осуществлялась при поддержке event-агентства «Пушка». Так, в течение 2 дней, с 23 по 24 декабря, в торговом центре проходила новогодняя хэнд-мейд-ярмарка

## СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

«ЕЛКА-МАРКЕТ», где любой посетитель мог приобрести подарки для своих близких.

Полученные средства мы тратим поэтапно на проведение годового цикла мастер-классов для детей из онкодиспансера.

### *Ресурсы проекта*

- Финансовые (за время реализации проекта собрано 20 тыс. руб.).
- Административные (руководство диспансера, благотворительный фонд «Мечты ангелов»).
- Информационные (СМИ, event-агентство «Пушка»).

### *Результаты в количественных и качественных показателях*

С точки зрения качественной оценки в результате работы проекта дети, безусловно, учатся новому, приобретая дополнительные творческие навыки, кроме того, сам творческий процесс, взаимодействие с ребятами положительно влияют на их эмоциональный фон, а значит, и ускоряют выздоровление. С привлечением новых участников в проект растет также общая культура благотворительности в регионе.

Количественными показателями являются финансовые показатели (за время проекта привлечено около 200 тыс. руб.), 2 педагога работают с командой на постоянной основе.

### *Перспективы развития проекта*

Расширение системы досуга, проведение новых тематических ярмарок и участие в них, увеличение масштаба проекта.

# Проект Воронежского филиала РАНХиГС «Куб любви»

**Шахворостов Г.И.,**  
*доцент кафедры государственной  
и муниципальной службы и кадровой политики  
Воронежского филиала РАНХиГС*

## *Актуальность*

Когда зарождалась идея проекта «Куб любви», наша команда не совсем понимала остроту проблемы ценности брака, семьи, детей.

В то же время истории ценности семьи остаются неповторимыми и уникальными, незаменимыми никакими другими ценностями. Культура людей немислима без семьи, любви, детей, супружеских и родственных отношений.

Однако мир меняется и требует нового подхода к пропаганде данной темы. Необходимость новых подходов очевидна, ведь простые уроки или классные часы уже не оказывают влияния на молодежь, а старые добрые традиции в фольклоре вытесняются современной музыкой и фильмами, отнюдь не защищающими стандартный формат семьи.

Проект «Куб любви» направлен на развитие новых семейных традиций, которые будут способствовать укреплению семейных отношений и формировать позитивное отношение к семейным ценностям.

## *Цель*

Создание арт-объекта на территории городского парка, его дальнейшее развитие в условиях самоокупаемости проекта.

Задачи:

- Создать и ввести в эксплуатацию арт-объект «Куб любви».
- Привлечь внимание жителей, устраивая мероприятия в месте нахождения объекта.
- С помощью социологических опросов проследить за изменениями в обществе.
- С помощью сайта и соц. сетей вовлекать общественность в наш проект.

Методами достижения целей можно считать строительство объекта, аренду участка под куб, подписание договора с администрацией парка, создание информационного сайта и группы ВКонтакте, проведение опросов в сети Интернет.

В настоящее время семейно-брачные отношения затронул кризис, который выражается в деформации ценностей у большей части населения, в том числе у молодежи. Данная категория не имеет собственного опыта строительства и укрепления семейных отношений, что делает ее весьма уязвимой для влияния «внесемейных» ценностей. Сейчас легко встретить молодых людей, являющихся сторонниками движения «чайлд-фри». Это грозит возможностью нового попадания нашей страны в демографическую яму. По статистике органов ЗАГС, только в Воронежской области на 13 тыс. браков приходится 8,7 тыс. разводов, в дальнейшем эксперты прогнозируют ухудшение картины. Данный проект, безусловно, не является решением данной проблемы, но способствует ее ослаблению, тематические мероприятия и социологические опросы способствуют привлечению молодежи к этой проблеме.

Другой стороной является противодействие разрушению культурного облика города. Три года назад воронежские архитекторы забили тревогу, поскольку давняя традиция молодеже-

нов вешать замки на одну из главных достопримечательностей города — каменный мост стала угрожать его целостности. Всего за пару месяцев мост «набрал» почти 300 лишних килограмм. Это грозило разрушением ограды, и сотни замков были спилены с помощью автогена. Однако уже на следующий день замки стали появляться снова. И эта картина повторяется не только на данном мосту. В связи с этим нашей командой была разработана некая альтернатива, позволяющая сохранить и модернизировать традицию, уберегая при этом городские культурные объекты.

### *Ресурсы*

#### Управленческие

1. ВФ РАНХиГС.

#### Административные

1. Департамент культуры Воронежской области.
2. Департамент социальной защиты Воронежской области.
3. Администрация парка «Алые паруса».

#### Экспертные

1. Соломахин А. Н. — сертифицированный управляющий проектами IPMA и Level B, доктор экон. наук, профессор, зав. кафедрой государственной и муниципальной службы и кадровой политики ВФ РАНХиГС.
2. Кравченко Ю. В. — основатель проекта, выпускник ВУНЦ ВВС ВВА им. Жуковского и Гагарина.
3. В рамках года добровольца, объявленного Президентом РФ, планируется проведение мероприятия в рамках Дня семьи, любви и верности и привлечение туда порядка 40 волонтеров.

### *Достижения*

Проект имеет высокие перспективы развития и возможность дальнейшего тиражирования на другие регионы России в связи с наличием франшизы и выводом проекта на самоокупаемость.

На данный момент мы имеем всю необходимую материально-техническую базу, информационные ресурсы и методологические рекомендации по внедрению проекта.

### Финансовая устойчивость

Проект является устойчивым, поскольку находится на самоокупаемости.

Расходами для создания нашего объекта являются: материалы для создания куба — 200 тыс. руб., работы по его созданию — 100 тыс. руб., создание сайта и его инфраструктуры — 100 тыс. руб., поддержка сайта — 20 тыс. руб. в месяц, аренда участка — 60 тыс. руб. в месяц

Основной источник дохода — продажа услуги «аренда пикселя». На данный момент общая выручка проекта на 11 месяцев составляет порядка 680 тыс., за исключением эксплуатационных расходов (231 тыс.). Чистая прибыль составила 449 тыс. руб. Срок окупаемости — 1,2 года.

Процент рентабельности в данный период составляет 71%.

### Новаторский подход

Нашей командой был разработан проект, не имеющий аналогов в Российской Федерации, его призвание — разрешать сразу несколько проблем: 1 — пропагандировать семейные ценности, 2 — улучшать внешний вид города, не подвергая опасности его историко-культурные объекты.

В рамках нашего проекта задействуются современные информационные технологии, которые занимают все большее место в жизни человека.

### *Результаты в количественных и качественных показателях*

Продвижение проекта можно отследить на примере подъема уровня продаж, измеряемого в цифрах.

Кроме того, выросло количество посещений сайта и подписки в основных социальных сетях. Например, группа ВКонтакте сейчас насчитывает 1900 подписчиков.

### Информационное освещение

Помимо сайта мы имеем группу ВКонтакте на 1900 подписчиков, страницу в Инстаграме на 350 подписчиков.

Данные по нашему проекту за прошедший год публиковались в таких изданиях, как РИА-Воронеж, Свик-ТВ, портал «Невеста». info, tv-губерния, svadba inform, woman's day, горком 36, 36-on, газета «МоЁ».

# Проект команды Калужского филиала РАНХиГС «Связь времен»

**Герасикова Е.Н.,**

*доцент кафедры экономики и менеджмента*

*Калужского филиала РАНХиГС,*

*канд. экон. наук, куратор команды RAISE*

**Бунькова Г.В.,**

*директор Калужского городского досугового центра*

**Антипов А., Кирпичев В.,**

*студенты 3-го курса направления*

*«менеджмент» КФ РАНХиГС*

**Пугачев А.,**

*организатор клуба исторической реконструкции*

*«Дружина “Рысь”»*

## *Описание проекта*

Проект «Связь времен» связан с созданием на базе Калужского городского досугового центра (ГДЦ) клуба «Связь времен», который объединяет клубную работу по исторической реконструкции и изучению обычаев и традиций военного дела Древней Руси и Калужского края.

Утрата национальной идентичности становится явной проблемой современного поколения. Одной из стратегических задач, стоящих перед нашим обществом, стало сохранение и актуализация культурного наследия, являющегося национальным достоянием народов России. Во многом это зависит от воспитательной, образовательной и просветительской деятельности социальных институтов.

Народные художественные промыслы представляют собой неотъемлемое достояние и одну

из значимых форм народного творчества народов Российской Федерации. Они являются самобытной формой деятельности, обладающей комплексным социально-экономическим потенциалом. С одной стороны, это технологическая область народного творчества со всеми признаками малого и среднего промышленного производства уникальных произведений искусства. В то же время, отражая глубинные исторические корни отечественной культуры, произведения народных промыслов способны реализовать эффективную воспитательную функцию, особенно необходимую в настоящее время.

### *Целевая аудитория*

В связи с познавательно-досуговым характером проекта его основной целевой аудиторией являются дети от 12 лет и молодежь. Вместе с тем работа клуба может быть интересна для людей старшего поколения, она может стать вариантом и семейного творчества и досуга.

### *Актуальность*

В настоящее время МБУК «Городской досуговый центр» активно развивается и поэтому находится в поиске новых актуальных направлений и форм работы. В приоритете укрепление сотрудничества с другими организациями культуры города и области с целью популяризации новых видов деятельности и расширения целевой аудитории досуговых учреждений.

Актуальность реализации проектных мероприятий подтверждается и принятием Закона Калужской области об установлении в Калужской области праздничной даты 11 ноября — «День победного окончания Великого стояния на реке Угре в 1480 году».

### *Цель*

Посредством объединения клубной работы по исторической реконструкции и изучению обычаев и традиций военного дела Древней Руси и Калужского края организовать активный и по-

лезный досуг населения, внести вклад в патриотическое воспитание детей и молодежи.

### *Задачи*

Задачи проекта направлены на:

- сохранение и передачу материальных и духовных ценностей русской культуры;
- патриотическое воспитание детей и молодежи, организацию активного отдыха населения;
- увеличение дохода досугового учреждения от оказания новых платных услуг;
- создание для студентов возможности самозанятости, полезного проведения досуга, развития собственной социальной предпринимательской деятельности и возможности заработать.

Тиражируемость проекта достигается за счет возможности привлечения широких масс людей, заинтересованных в патриотическом воспитании детей и молодежи, организации активного отдыха населения.

Основным партнером по реализации проекта помимо ГДЦ является клуб исторической реконструкции «Дружина “Рысь”», который был образован в 2015 г. группой единомышленников, увлекающихся историей Отечества и историческим фехтованием.

Основным направлением деятельности клуба была выбрана историческая реконструкция, т. е. воссоздание материальной и духовной культуры той или иной исторической эпохи и региона с использованием археологических, изобразительных и письменных источников, а также воспроизведение тех или иных исторических событий редкого этапа — эпохи викингов IX–XI вв. и Московского царства XVI–XVII вв. (период реконструкции ВОВ более распространен).

Участники клуба придерживаются основного направления реконструкции национальной истории и культуры в отличие от некоторых других клубов, пропагандирующих западные образцы. Уже с момента образования клуб начал активно участвовать

в фестивалях и проводить мероприятия исторической направленности по данным эпохам.

Это довольно новое для Калужской области направление исторической реконструкции, которое нуждается в поддержке, но имеет большое количество перспективных для региона направлений развития, основывающихся во многом на возможности объединить множество видов народного творчества на одной площадке. Совместная работа клуба исторической реконструкции и клубов по интересам по направлению изучения обычаев и традиций военного дела Древней Руси даст возможность проводить масштабные культурно-массовые мероприятия, погружая их посетителей в неповторимую атмосферу исторического прошлого страны и Калужского края.

На платной основе в клубе планируется проводить:

- работу секции стрельбы из традиционного лука «Юный лучник»;
- работу секции кулачного боя и фехтования на мечях «Юный богатырь»;
- работу исторических площадок;
- массовые театрализованные исторические игры;
- мастер-классы по изготовлению кольчуги и другого снаряжения;
- творческие лаборатории.

Стоимость одного занятия в секциях 100 руб., участия в мастер-классе и творческой мастерской — 200 руб.

В настоящее время есть уже договоренность с туристическим агентством «Миллениум-тур» (г. Калуга) о привлечении на платной основе сотрудников клуба к проведению досуговых мероприятий для туристов, посещающих Калужскую область. Стоимость таких выступлений составит от 10 тыс. руб. Привлечено нескольких городских фотографов. Организация фотозон для них обходится от 5 тыс. руб.

Вся финансовая деятельность проходит через бухгалтерию ГДЦ. 60% вырученных средств уходит на оплату труда работников клуба, оказывающих услуги на условиях договора подряда, 40% — на нужды по развитию ГДЦ.

Общий плановый объем прибыли от работы клуба «Связь времен» в месяц 53 600 руб. Срок окупаемости проекта — 8 месяцев.

В настоящее время клуб уже начал работу в секциях «Юный лучник» и «Юный богатырь». Но для дальнейшего развития требуются дополнительные специально оборудованные помещения, инвентарь и снаряжение.

В частности, необходимо оборудовать два имеющихся у ГДЦ цокольных помещения. Общие затраты на приобретение строительных материалов, расходных ресурсов, инвентаря и выполнение ремонтных работ составят 382 700 руб.

Предполагаемые источники финансирования:

1. Федеральная целевая программа «Культура России 2012–2018 гг.».
2. Собственные ресурсы ГДЦ — 50% из бюджетных ресурсов, запланированных на 2018 г., и 50% средств от приносящей доход деятельности.
3. Размещение проекта на краудфандинговой площадке Planeta.ru.
4. Участие в конкурсах молодежных проектов на получение грантов и беспроцентных ссуд.

Создание и развитие нового клубного образования — довольно сложный, трудо- и финансовоемкий процесс, на сегодня он не по силам ГДЦ, поэтому в продвижении и реализации данного проекта помогает наша студенческая команда, деятельность которой направлена на поиск финансовых ресурсов для развития материально-технической базы, привлечение участников клуба, участие в организации и проведении мероприятий.

*Ресурсы проекта*

Управленческие ресурсы — участники команды, кураторы.

Административные ресурсы — администрация Калужского филиала РАНХиГС, администрация Калужского ГДЦ, Правительство Калужской области, руководители государственных и коммерческих организаций.

Экспертные ресурсы — специалисты КГДЦ, министерств, представители СМИ и организаций культуры и образования, руководители государственных, некоммерческих и коммерческих организаций.

Другие ресурсы — социальные сети Интернета, ресурсы СМИ, собственные средства студентов для организации и проведения проектных мероприятий.

### *Достижения*

Экономический эффект (количественные показатели) — в здании ГДЦ имеется подвальное помещение, которое планируется переоборудовать под проект. Общие затраты составят 382 700 руб. Общий плановый объем прибыли от работы клуба «Связь времен» в месяц 53 600 руб. Срок окупаемости проекта — 8 месяцев.

Социальный эффект (количественные показатели) — охвачено более 50 человек целевой аудитории.

Социальный эффект (качественные показатели) — сохранение и передача материальных и духовных ценностей русской культуры, патриотическое воспитание детей и молодежи, организация активного отдыха населения.

Методы оценки результатов проекта — опытные, экспертно-статистические: расчет показателей по результатам взаимодействия с целевой аудиторией.

### *Барьеры*

Основным барьером стало отсутствие необходимых ресурсов для осуществления строительно-монтажных работ в выделенных под клуб помещениях.

### *Перспективы развития*

В перспективе планируется создание клуба исторической реконструкции, являющегося инновационным центром в области досуговых услуг населению.

## Информационное освещение деятельности проекта

- В сети Интернет:  
[http://duma.kaluga.ru/newsline/news/opredelilis\\_pobediteli\\_konkursa\\_moya\\_kaluga\\_vektor\\_v\\_budushchee\\_.html](http://duma.kaluga.ru/newsline/news/opredelilis_pobediteli_konkursa_moya_kaluga_vektor_v_budushchee_.html)  
<https://m.nikatv.ru/news/obshestvo/vektor-v-budushee-v-kaluge-izuchayut-molodezhnye-proekty-dlya-razvitiya-goroda>  
<https://www.kp40.ru/news/society/48586/>  
На мероприятиях, встречах и конференциях
- Участие и победа в конкурсе студенческих проектов внутри филиала «Траектория проектных решений» и городском конкурсе молодежных авторских проектов «Калуга — вектор в будущее», RAISE (КФ РАНХиГС, г. Калуга) и др.

## Литература

1. Закон РФ от 09.10.1992 № 3612–1 «Основы законодательства РФ о культуре».
2. Постановление Правительства РФ от 26.06.1995 № 609 «Об утверждении Положения об основах хозяйственной деятельности и финансирования организаций культуры и искусства».
3. Устав МБУК «Городской досуговый центр».
4. Герасикова Е. Н. Качество жизни и его взаимосвязь с развитием социальной инфраструктуры // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. статей по материалам LXVII междунар. науч.-практ. конф. Новосибирск: СибАК, 2016.
5. Герасикова Е. Н. Опыт реализации проектного обучения в подготовке специалистов Калужской области // Вестник университета (Государственный университет управления). 2015. № 3.
6. Герасикова Е. Н. Проектное обучение: сущность и практика реализации // Педагогические науки. 2015. № 2 (71).
7. Герасикова Е. Н., Чумакова Ю. В. Социализация как направление повышения качества жизни людей с ограниченными возможностями здоровья // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. статей по материалам LXXI междунар. науч.-практ. конф. Новосибирск: СибАК, 2016.

8. *Самылов П.В.* Пути решения методологических проблем проектного обучения: опыт Калужского филиала РАНХиГС // Известия Балт. гос. академии рыбопромысл. флота: психолого-педагогические науки. 2014. № 3 (29).

# Проект Нижегородского института управления РАНХиГС «Хлеб Соль» — инновационный туризм

**Капаева С.Д.,**

*куратор команды Raise*

*Нижегородского института управления*

## *Актуальность*

Кто из вас любит путешествовать? Мы уверены — многие. Ведь сейчас путешествия для молодежи — тренд. Мы привыкли быть в тренде и потому целевой аудиторией своего проекта выбрали именно молодежь, таких же ребят, как мы с вами.

Мы увидели туристический потенциал Нижегородской области. И своим проектом хотим не только быть в тренде, но и повысить туристическую привлекательность Нижегородской области.

## *Описание проекта*

Мы разработали необычные туры по трем различным направлениям: инста-туризм, квест-туризм и сельский туризм.

Что касается первого направления, то тут мы соединили два тренда — любовь к путешествиям и зависимость молодежи от социальных сетей. Представьте дикие места, старинный домик егеря, костер и вековые сосны. Чем не идеальный повод для того, чтобы собрать пару сотен новых лайков, а самое главное — научиться чему-то новому? В ходе тура вас ждут множество мастер-классов и тренингов по созданию уникального профиля

в Инстаграме, тематические фотосессии. А самое главное — мы научим вас продавать свои фотографии и зарабатывать деньги на продвижении инстаграм-аккаунта.

Теперь о втором направлении — квест-туризме. Сейчас мы разрабатываем квест-тур по мотивам Форта Боярд, в ходе которого вы сможете не просто совершать экскурсии и путешествовать, а приобретете новые знания и навыки. Вы получите шанс посмотреть своим страхам в глаза, испытать себя на прочность и навсегда изменить жизнь.

Ну и последнее направление — сельский туризм. Выбирая данное направление, вы приезжаете в деревню, в дом к бабушке и получаете возможность окунуться в атмосферу старорусского быта, заняться земледелием, испечь настоящие русские блины, погадать во время Святков и совершить многое другое.

### *Достижения*

Сейчас мы активно ведем работу по всем направлениям, нам удалось выиграть грант от ЦИСС, заручиться поддержкой Правительства Нижегородской области и договориться о сотрудничестве с туристическими компаниями города.

## Проект Северо-Кавказского института — филиала РАНХиГС «Мир в музее»

**Ильяева Ю.М.,**

*доцент кафедры государственных услуг  
и менеджмента Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС, канд. социол. наук*

**Гузоева Д.Х.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Зурначева Я.И.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Карташова Д.В.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Мокшина А.В.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Приходько Л.Ю.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Сытникова В.С.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Шамаева М.С.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Шихмагомедова Д.М.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

### *Актуальность*

В настоящее время проблема отсутствия у молодежи Северо-Кавказского федерального округа (СКФО) интереса к объектам культурно-исторического наследия актуальна, о чем свидетельствуют показатели по числу посещения музеев (на 1000 человек населения) в округе, которые оказались самыми низкими в Российской Федерации.

Согласно результатам опроса, проведенного среди молодежи СКФО (200 респондентов), 59% молодого поколения знают о музеях, но не посещают их. На вопрос «Почему вы не посещаете музеи?» 58% респондентов ответили, что музеи не интересуют их, а 9% — что музеи — это скучно. Вместе с тем число тех, кто ответил «не хочу посещать один, а компании нет», составило 10%, 55% молодежи предпочитают посещать музеи с друзьями.

### *Цель*

Организация и проведение образовательных квестов в региональных музеях СКФО с привлечением участников для пробуждения интереса у молодого поколения СКФО к культурному наследию регионов.

### *Целевая аудитория*

Молодое поколение в возрасте от 12 до 25 лет, проживающее на территории СКФО.

### *Описание проекта*

Проект направлен на пробуждение интереса молодежи к культурному наследию Северо-Кавказского федерального округа через квест-педагогические технологии.

Проектной командой АСИ RAISE Северо-Кавказского института — филиала РАНХиГС «Миллениум» и региональными волонтерами будут организованы образовательные квест-площадки на базе музеев СКФО, а также разработана и реализована куль-

турно-игровая программа. В результате число посетителей музеев СКФО среди подрастающего поколения увеличится.

### Ресурсы

№	Ресурсы	Стоимость (ед.)	Кол-во единиц	Всего
<b>Нормативно-правовые</b>				
1.	Договор о сотрудничестве с музеями-партнерами	0 руб.	2	0 руб.
<b>Материально-технические</b>				
1.	Помещения для организации квест-площадок	0 руб.	2	0 руб.
2.	Сертификат участника	35 руб.	50 шт.	1750 руб.
3.	Сувенирная продукция (магнит с изображением главной тематики квеста и логотипа проекта)	30 руб.	50 шт.	1500 руб.
4.	Бумага А4	200 руб.	2 уп.	400 руб.
5.	Раздаточный материал	5 руб.	100 шт.	500 руб.
6.	Анкеты для проведения социального опроса	3 руб.	200 шт.	600 руб.
7.	Бейдж волонтера	50 руб.	10 шт.	500 руб.
8.	Кисть «Колонок» №2	53 руб.	1 шт.	53 руб.
<b>Кадровые</b>				
1.	Сотрудник музея	0 руб.	7	0 руб.
2.	Волонтер	0 руб.	10	0 руб.
3.	Модератор	0 руб.	10	0 руб.
<b>Транспортные</b>				
1.	Такси до Грозного от Пятигорска	1000 руб.	2	2000 руб.

### Барьеры

1. Низкая осведомленность целевой аудитории об образовательных квестах «Мир в музее».

2. Удаленность некоторых регионов СКФО от главного штаба модераторов.

#### *Количественные показатели*

1. 4 проведенных квеста, направленных на популяризацию знаний о культурном наследии.
2. 50 участников квестов старше 12 лет со сформированной потребностью общения с культурным наследием.
3. 2 региона и 2 музея, задействованные в популяризации знаний о культурном наследии.
4. 10 волонтеров, задействованных в реализации проекта.
5. 10 модераторов, задействованных в разработке и реализации культурно-игровой программы.
6. 2 сценария образовательных квестов, направленных на привлечение молодого поколения (старше 12 лет) к сохранению культурно-исторического наследия.
7. 15 публикаций на официальной странице проекта в социальной сети Instagram.
8. 10 публикаций на официальных страницах региональных СМИ.
9. 200 бланков социального опроса с результатами прохождения.

#### *Качественные показатели*

1. Организаторский опыт волонтеров и модераторов проекта «Мир в музее».
2. Заинтересованность молодого поколения в сохранении культурно-исторического наследия и посещении музеев СКФО.
3. Уровень знаний участников квестов о культурно-историческом наследии регионов СКФО (в результате проведения социальных опросов).

#### *Достижения*

1. Номинация «Лучшая проектная идея» на финале акселератора социальных инициатив RAISE.

2. Сертификат на прохождение федеральной акселерационной программы «Социальные инновации».
3. Заочный этап Всероссийского конкурса молодежных проектов «Творческие инициативы молодежи».
4. Проект представлен на молодежном образовательном форуме Северо-Кавказского федерального округа «Машук-2018» (ожидаются результаты грантового конкурса).

#### *Перспективы развития проекта*

Дальнейшая реализация проекта предполагает организацию благотворительных квестов для воспитанников детских домов и интернатов за счет продажи билетов на дополнительные квесты в музеях. Организация квестов для региональных волонтеров обеспечит трансляцию организаторского опыта, а также передачу полученного опыта существующим волонтерским движениям. Таким образом, планируется создание нового волонтерского движения «Мир в музее».

# Проект Северо-Кавказского института — филиала РАНХиГС «Твой финансовый старт»

**Ильяева Ю.М.,**

*доцент кафедры государственных услуг  
и менеджмента Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС, канд. социол. наук*

**Гузоева Д.Х.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Зурначева Я.И.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Каргашова Д.В.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Мокшина А.В.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Приходько Л.Ю.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Сытникова В.С.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Шамаева М.С.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

**Шихмагомедова Д.М.,**

*студентка Северо-Кавказского института —  
филиала РАНХиГС*

### *Актуальность*

Выпускники детских домов и школ-интернатов в большинстве своем являются детьми, оставшимися без попечения родителей и опекунов. В отличие от сверстников, воспитывающихся и проживающих в семье, они не могут получить консультации по финансовым вопросам от родственников или близких людей, опереться на их социальный и экономический опыт в этой сфере. Важно, чтобы выпускник детского дома или школы-интерната вступил во взрослую жизнь подготовленным и компетентным в наиболее важных вопросах финансовой области и финансовых рисков.

В России уровень финансовой грамотности остается низким. Согласно результатам тестирования Аналитического центра НАФИ за 2015 г. по четырем заданиям: «вычислить сложные проценты по вкладу», «выявить разницу между годовой и месячной ставками по вкладу», «определить влияние инфляции» и «отметить связь между финансовыми рисками и доходностью» — лишь 12% россиян продемонстрировали высокий уровень знаний, 16% ответили правильно на три вопроса из четырех, 20% — на два из четырех. 16% смогли ответить только на один вопрос, а 19% не ответили ни на один вопрос правильно.

### *Цель*

Проведение серии семинаров по повышению финансовой грамотности для адаптации в экономической среде воспитанников детских домов и школ-интернатов Ставропольского края.

### *Целевая аудитория*

Воспитанники детских домов и школ-интернатов в возрасте от 15 до 18 лет.

### *Описание проекта*

Проект направлен на создание условий для развития предпринимательских способностей у воспитанников детских домов

и школ-интернатов, повышение уровня финансовой грамотности.

Проектная идея — создание в детских домах и школах-интернатах условий для эффективного изучения основ ежедневных финансовых операций, т. е. проведение серии семинаров в игровой форме, направленных на повышение финансовой грамотности.

### Ресурсы

№	Ресурсы	Стоимость (ед.)	Кол-во единиц	Всего
<b>Нормативно-правовые</b>				
1.	Договор о сотрудничестве с ГБУ «Детский дом № 35» г. Ессентуки	0 руб.	1	0 руб.
<b>Материально-технические</b>				
1.	Помещение для организации семинаров	0 руб.	1	0 руб.
2.	Подарки участникам семинаров	100 руб.	80 шт.	8000 руб.
3.	Бумага А4	200 руб.	1 уп.	200 руб.
4.	Раздаточный материал	5 руб.	100 шт.	500 руб.
5.	Бейдж-волонтера	50 руб.	10 шт.	500 руб.
6.	Бейдж воспитанника	50 руб.	80 шт.	4000 руб.
<b>Кадровые ресурсы</b>				
1.	Сотрудник «Детского дома № 35»	0 руб.	3	0 руб.
2.	Волонтер	0 руб.	10	0 руб.
3.	Модератор	0 руб.	10	0 руб.
<b>Транспортные ресурсы</b>				
1.	Такси до ГБУ «Детский дом № 35» г. Ессентуки от Пятигорска	200 руб.	6	1200 руб.

### *Барьеры*

1. Отсутствие компонентных волонтеров;
2. Закрытая политика со стороны детских домов.

### *Количественные показатели*

1. Количество проведенных семинаров по повышению финансовой грамотности — 4.
2. Количество участников семинаров по повышению финансовой грамотности из числа воспитанников детских домов и школ-интернатов — 80.
3. Количество публикаций на официальных страницах региональных СМИ — 5.
4. Количество привлеченных педагогов детских домов и школ-интернатов — 8.

### *Качественные показатели*

1. Готовность выпускников школы-интерната к самостоятельной жизни, в том числе при принятии финансовых решений;
2. Увеличение числа молодежи, вовлеченной в социально-экономическую деятельность, что поможет адаптироваться в этой среде.

### *Достижения*

1. Представлен на международном молодежном форуме «Евразия» (ожидаются результаты грантового конкурса).
2. Благодарность от ГБУ «Детский дом № 35» команде «Милле-ниум».

### *Перспективы развития проекта*

После проведения серии семинаров по повышению финансовой грамотности в Ставропольском крае необходимо привлекать к реализации проекта регионы России, передавая разработанные программы и обучая волонтеров и модераторов.

# Проект Московского областного филиала РАНХиГС «Социально активная молодежь»

**Васюшкин А.В.,**

*студент Московского областного филиала РАНХиГС*

**Казаров Е.В.,**

*студент Московского областного филиала РАНХиГС*

**Огнев А.А.,**

*студент Московского областного филиала РАНХиГС*

**Масленников И.В.,**

*студент Московского областного филиала РАНХиГС*

## *Актуальность*

Самое опасное в нынешнем состоянии российского общества — усиливающееся ощущение духовной пустоты, бессмысленности, бесперспективности, временности всего происходящего, которое зримо охватывает все новые и новые слои россиян. Ломка ценностных ориентаций отражается в настроениях молодежи.

Молодое поколение оказалось в сложнейшей ситуации, когда оно, будучи призвано продолжать развитие, основываясь на базе унаследованных материальных и духовных ценностей, вынуждено, находясь в стадии становления, участвовать в выработке этих ценностей самостоятельно, нередко вопреки представителям старшего поколения, их попыткам реставрировать прошлое.

Самое главное и основное здесь — нарастание разочарованности в перспективах, распространение нигилизма, снижение нравственных критериев. Для полноценного личностного развития инди-

вида требуется организованное социальное пространство. Оно формируется и обеспечивается группой, или сообществом, в которое он вписан как его элемент. Личностное становление индивида и его успешная интеграция в общество сопровождаются процессом его самоидентификации, формирования его социальной идентичности. Это субъективное чувство и объективно наблюдаемое качество личной самотождественности, ощущение единства и неразрывности со своим социальным окружением. Отождествляя себя с другим человеком, группой, образцом, осознавая себя частью сообществ людей, индивид разделяет их ценности, их представления о мире и месте человека в нем. Это помогает ему овладевать различными видами деятельности, осваивать социальные роли, принимать и преобразовывать социальные нормы и ценности.

### *Цель проекта*

Создать квест-игру по музеям Москвы для молодежи, выбрать и наградить победителей, сформировать постоянную аудиторию проекта численностью 100 человек, заинтересованных в развитии своих социальных компетенций совместно с проектом «Социально активная молодежь».

### *Целевая аудитория*

Исследования на этапах социализации показали, что молодежь от 16 до 30 является самой подходящей группой для получения количественных и качественных результатов проекта.

### *Описание проекта*

Гражданин проходит регистрацию на электронной платформе, указанной организаторами, после чего становится участником акции. На льготной или бесплатной основе он посещает места культурного развития, которые несут информацию об исторических событиях, в культурном наследии и культуре в целом. После просмотра экспозиций участнику предоставляется возможность пройти опрос (на месте или же в электронном виде), связанный

с пониманием и усвоением информации, полученной в результате посещения мест культурного развития. После прохождения опроса, он получает баллы на личный счет. Баллы будут пополняться по результатам опроса или фотоотчета участников в местах, установленных организаторами. Получение определенного количества баллов дает возможность перейти на второй этап, который предусматривает общее тестирование по всем экспозициям. После прохождения второго этапа с помощью оценки результатов тестов выявляются победители. На последнем этапе предусматриваются проведение церемонии награждения победителей, а также выступления участников, спикеров акции, формирование команды культурного роста Российской Федерации.

### *Ресурсы проекта*

Для реализации проекта были использованы организационные ресурсы, полученные путем содействия Департамента культуры Москвы и Российского военно-исторического общества. Главным информационным ресурсом выступили интернет-площадки партнеров проекта, а также сайт проекта, который был не только информационной платформой, но и площадкой для коммуникации, регистрации участников.

### *Барьеры*

В процессе реализации проекта возникла проблема проведения качественной рекламной кампании. Распространение информации о проекте в социальных сетях принесло незначительные результаты. Чтобы избежать провала акции по причине отсутствия участников, команда разработала информационные буклеты и с их помощью привлекла 38 участников.

### *Результаты в количественных и качественных показателях*

Количественные показатели проекта

1. Заключено 4 договора с музейно-выставочными галереями.
2. Получена прибыль в размере 2375 руб.

## СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

3. Функционирует интернет-площадка проекта с 54 активными участниками.
4. 74% участников увеличили свои знания по заданной в проекте тематике.

Немаловажное значение для оценки эффективности проекта имеют качественные показатели:

1. Ознакомление молодежи с историческим достоянием нашего государства в новой форме.
2. Появление у молодежи мотивации для углубленного изучения истории.
3. Развитие форм взаимодействия с музейно-выставочными галереями и некоммерческими организациями Москвы.
4. Создание условий для увлекательного изучения исторической мысли.

### *Перспективы развития проекта*

Проект будет развиваться по направлениям, связанным с развитием у человека парадигмы синергизма, а именно возможности сопоставления фактов, выявления верных суждений и взглядов.

# Проект Чебоксарского филиала РАНХиГС «Радуга гармонии»

**Александрова А.Н.,**

*студентка Чебоксарского филиала РАНХиГС*

## *Актуальность*

Осенью (с октября до начала декабря) 2017 г. мы в составе инициативной группы затеяли и провели благотворительный ремонт в столовой зоне социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних в г. Чебоксары общей площадью около 70 кв. м. К участию в ремонте мы привлекли неравнодушных граждан и предпринимателей Чебоксар. Были установлены 3 новые двери, 2 умывальника, кухонная мебель в моечной, плиты напольные и настенные в умывальной комнате, перекрашены и задекорированы стены и окна и т.д. Ремонт обошелся в 350 тыс. руб., его завершение мы отметили праздничным концертом.

И вроде бы все хорошо, но ведь не хлебом единым жив человек, а потому по завершении ремонта мы задались вопросом: чем еще мы можем помочь воспитанникам реабилитационного центра — детям, находящимся в трудной жизненной ситуации, в будущем активным членам общества? И мы решили принять участие в их социализации и разностороннем развитии. Так зародился проект «Радуга гармонии», целью которого является организация и проведение в течение 2018 г. серии тематических мастер-классов и тренингов, направленных на разностороннее развитие личности.

### *Целевая аудитория*

Кроме воспитанников социально-реабилитационного центра мы выделили еще 2 целевые группы:

1. Студенты ЧФ РАНХиГС.
2. Женская аудитория от 18 лет.

### *Цель*

Доказано, что разносторонне развитый человек — это личность, находящаяся в гармонии с собой и миром. Он имеет четко построенную систему мотивов и знает, чего хочет, к чему стремится. Все это приводит к тому, что формирование всесторонне и гармонично развитой личности не только выступает как объективная потребность, но и становится основной целью, т. е. идеалом современного общества. Разностороннее развитие личности предполагает формирование разнообразных способностей и интересов, соответствующих различным сферам человеческой жизнедеятельности, что, разумеется, не исключает выделение личностью чего-либо одного, наиболее значимого для себя.

В нашем проекте мы выделили семь (по количеству цветов радуги) направлений, и каждое из них, по нашему мнению, обладает особой важностью:

- 1) внутренний мир, личностный рост;
- 2) взаимоотношения с окружающими;
- 3) творчество;
- 4) природа и родной край;
- 5) спорт и ЗОЖ;
- 6) семья и дом;
- 7) карьера и бизнес.

### *Описание проекта*

По нескольким направлениям мы уже начали работу.

Так, в рамках направления творчества мы организовали и провели 6 мастер-классов:

1. Благотворительный мастер-класс по изготовлению капкейков, которыми мы угощали гостей и воспитанников социально-реабилитационного центра на праздничном концерте по завершении ремонта. Проводила его домашний кондитер Дарья Матвеева (7 декабря 2017 г.).
2. Мастер-класс от пиццерии «Додо пицца» по приготовлению пиццы для воспитанников центра (8 декабря 2017 г.).
3. Семейный мастер-класс по изготовлению капкейков (5 января 2018 г.).
4. Мастер-класс по букетам из конфет для воспитанников социально-реабилитационного центра (20 апреля 2018 г.).
5. Мастер-класс по пошиву современных текстильных кукол (4 марта 2018 г.). Здесь мы научились шить кукол для проекта «Ялав Чувашия».
6. Мастер-класс по изготовлению открыток в технике скрапбукинг (18 марта 2018 г.).

Общая стоимость организации и проведения мастер-классов составила 33 тыс. руб. Прибыль — 9 тыс. руб.

В мае на территории партнера проекта, женского клуба «Бизнес молодости», мы планируем провести еще один мастер-класс — по букетам из конфет, но уже для платежеспособной аудитории. Вырученные средства будут направлены на приобретение подарков к Дню защиты детей для воспитанников социально-реабилитационного центра.

По направлению «Бизнес, карьера» в женском клубе «Бизнес молодости» был проведен платный мастер-класс на тему «Как раскрутить личный бренд в социуме?» с привлечением эксперта Елены Мельниченко — руководителя ассоциации бизнес-консультантов и тренеров «Витамины для бизнеса».

По направлению «Семья и дом» был проведен мастер-класс «Фишки организации жилого пространства плюс тайм-менеджмент по-женски», где участницы получили информацию и практический опыт из области тайм-менеджмента и планиро-

вания пространства, лайфхаки по упрощению жизни в собственной квартире или комнате.

Направление «Спорт и ЗОЖ» — это одна из важнейших составляющих развития и формирования личности, направленная на физическое воспитание, укрепление сил и здоровья. Ведь без крепкого здоровья и надлежащей физической закалки человек теряет необходимую работоспособность и настойчивость в преодолении трудностей, что может мешать ему развиваться в других областях его становления как личности. «Спорт и ЗОЖ» — это отдельный проект нашей проектной команды — проект «По следам победителей», который в этом году реализуется при поддержке Федерального агентства по делам молодежи (выделен грант в размере 150 тыс. руб.).

В рамках направления «Природа, родной край» мы реализуем мероприятия проекта «Ялав Чувашия».

Часть мероприятий по направлениям проекта мы реализуем своими силами, а там, где наших знаний не хватает, привлекаем экспертов. В реализации проекта нам помогают наши партнеры:

- женский клуб «Бизнес молодости»;
- лавка «Товары для творчества»;
- Творческая студия Кристины Лисовой;
- детский и семейный психолог Ирина Кузьмина.

### *Достижения*

Промежуточные результаты реализации проекта:

- повышение личной активности участников проекта;
- приобретение участниками новых навыков творческого труда;
- обучение участников способам получения дополнительного дохода;
- количество участников «платных» мастер-классов и тренингов — 65 человек;
- количество участников проекта — более 400 человек;
- количество вовлеченных в проект спонсоров — порядка 50 человек/организаций;

- объем привлеченных спонсорских средств — более 350 тыс. руб.

На сегодняшний день на организации и проведении мастер-классов мы заработали немного, но уже получили первые результаты, сами прошли мастер-классы, обучились новым навыкам, и у нас еще 8 месяцев до конца первого года реализации проекта.

# Проект Чебоксарского филиала РАНХиГС «Ялав Чувашия»

**Великова Е.А.,**

*старший преподаватель Чебоксарского филиала  
РАНХиГС*

**Александрова А.Н.,**

*студентка Чебоксарского филиала РАНХиГС*

## *Актуальность*

В условиях глобализации успешное развитие региона, региона национального, зависит от активной модернизации с опорой на собственные культурные ценности. Ведь именно опора на самобытные, традиционные ценности объединяет общество и мотивирует его членов на реализацию масштабных проектов, позволяющих занять свое место в глобальном мире. Стабильно растущий в мире интерес к этническим традициям и к сфере этнической культуры, активно используемый в ряде стран, позволяет сегодня создавать и поддерживать узнаваемые национальные образы, формировать собственную востребованность и спрос на себя. Так, руководствуясь реалиями современного мира, проектная команда Чебоксарского филиала РАНХиГС начала работу над созданием и продвижением бренда «Ялав Чувашия».

## *Цель*

На сегодняшний день целью проектной команды является разработка и популяризация продукции

бренда «Ялав Чувашия», ее достижение предусматривает выполнение следующих задач:

- создание ряда визуальных образов с национальными мотивами;
- разработка и продвижение продукции бренда «Ялав Чувашия»;
- разработка сопроводительных легенд к визуальным образам;
- формирование и повышение интереса целевых групп к чувашской культуре, а также расширение их знаний о национальных традициях.

### *Целевая аудитория*

К целевым группам проекта отнесены молодежь Чувашской Республики, лица чувашской национальности, проживающие за пределами республики, и гости республики.

Для оценки жизнеспособности проектной идеи в рамках первой презентации бренда «Ялав Чувашия» было проведено «Голосование рублем», в котором приняли участие порядка 500 человек. На основе анализа результатов голосования и анкет участников презентации проектной командой был сделан вывод о востребованности современной продукции с чувашскими мотивами и определены потребности и ожидания потенциальных потребителей, легшие в основу разработки и дальнейшего развития бренда.

### *Описание проекта*

Создание бренда проходило в несколько этапов.

Первый этап — исследования и разработка концепции. В результате проведенных исследований в основу бренда «Ялав Чувашия» была заложена концепция сохранения и приумножения историко-культурного наследия республики, выражающаяся в синтезе современных тенденций и культурного наследия чувашского народа. Было определено, что в рамках бренда будут разработаны визуальные образы для использования их в производстве футболок и свитшотов, сувениров и предметов обихода

с национальными мотивами, отвечающим требованиям полезности и практичности.

Второй этап — разработка логотипа, визуальных образов и упаковки бренда. При разработке логотипа бренда были использованы слова «Чувашия» и «Ялав», что в переводе с чувашского означает «знамя», а также чувашский орнамент, символизирующий любовь и взаимопонимание. Орнамент был вписан таким образом, чтобы позволить «прочитать» логотип (рис. 1) как «Я люблю Чувашию» и впоследствии вызвать интерес к чувашской культуре и Чувашской Республике, а также желание выяснить причины этой любви.



Рис. 1

При работе над визуальными образами команда учитывала, что покупатели ценят одни продукты или услуги больше, чем другие, не только за то, что они дают или представляют собой, а за то, что они собой символизируют. Многочисленные исследования, проведенные на этот счет, говорят, что наличие идентификационного мифа несет большую символическую нагрузку для большинства потребителей. Так помимо разработки визуальных образов команда написала легенды, имеющие сюжет и опирающиеся в большей степени на метафоры для покорения воображения потенциального потребителя. К примеру, одна из легенд бренда «Ялав Чувашия» гласит: «Согласно чувашским пословицам, густой перьевой покров совы ассоциируется с защищенностью и неуязвимостью. С древних времен мудрый чувашский народ вспоминал сову, когда хотел пожелать удачи и неуязвимости в бою. Густой перьевой покров нашей совы в до-

полнение к символу древа рода будет служить вам и вашей семье надежной защитой от бед и несчастий!»

Сегодня большая часть наших образов представляет собой монохромную графику, в основу которой заложены образы животных и птиц, встречающихся в чувашском народном творчестве в позитивном контексте. В ходе разработки эскизов они дополнялись орнаментами, призванными усилить позитивное значение каждого визуального образа как оберега.

Третий этап — продвижение бренда. Для продвижения бренда, обеспечения его известности и узнаваемости проектной командой активно используются социальные сети. Ведь сегодня продвижение брендов в глобальной паутине становится все популярнее и востребованнее. И это не только гонка за продажами. Это процесс создания узнаваемой, популярной торговой марки с определенными ценностными ориентирами, репутацией и ассоциациями у целевой аудитории и общества в целом. Виртуальная точка продаж бренда «Ялав Чувашия» — это живое сообщество с тематическим контентом, возможность познакомиться с продукцией и создателями бренда.

### *Ресурсы*

По взаимной договоренности записи группы бренда «Ялав Чувашия» дублируются в различных тематических, в том числе национальных, группах, таких как чувашская общественная организация «ХАВАЛ», «Чуваши Самарского края», «Чăвашсем — хитрее халăх» и др.

Кроме того, в социальной сети проектной командой проводятся и освещаются различные online- и offline-мероприятия. Это конкурсы фотографий «Гордость Чувашии», конкурсы репостов с розыгрышем продукции проекта, викторины, квест «По улицам Константина Иванова», конкурс рисунков «С любовью о Чувашии...», выставка работ победителей конкурса рисунков.

На сегодняшний день ассортимент нашей продукции составляют значки, футболки, текстильные сумки, диванные подушки, кружки, разделочные доски и другие предметы обихода. Мы не собираемся останавливаться на достигнутом и постоян-

но расширяем ассортимент нашей продукции. Не забываем мы и о детях. И первым образцом игрушки является кукла Чувашичка ручной работы.

#### *Результаты в количественных и качественных показателях*

К основным результатам реализации проекта мы отнесли:

- Повышение интереса у детей и молодежи к изучению культуры родного края и чувашских орнаментов.
- Повышение уровня знаний о достопримечательностях и элементах культуры Чувашской Республики среди участников проекта.
- Привлечение внимания населения к вопросам сохранения элементов чувашской культуры.
- Количество разработанных эскизов – более 50 шт.
- Количество наименований продукции проекта – 21 единица.
- Количество подписчиков в социальных сетях – более 500 человек.
- Количество участников конкурса рисунков «С любовью о Чувашии...» – более 200 человек.
- Количество СОШ, принявших участие в конкурсе рисунков «С любовью о Чувашии...» – 19.
- Количество СОШ – участников квеста «По улицам Константина Иванова» – 58.
- Объем привлеченных средств – 20 тыс. руб.
- Объем вырученных от реализации продукта средств – 37 000 руб.

#### *Перспективы развития проекта*

В ближайшей перспективе команда проекта совместно со студией дизайна Лидии Федоровой планирует провести конкурс для дизайнеров, в основу призового фонда которого ляжет спонсорская помощь и часть средств, вырученных от реализации продукции. По результатам конкурса планируется получить множество новых эскизов нашей продукции, а также привлечь новых партнеров-дизайнеров со свежими идеями.

Проект действует уже не первый год, и интерес к бренду возрастает. Нами интересуются, нас узнают. Чувашской культуре, Чувашской Республике есть чем гордиться, и здесь очень важно вызвать первичный интерес и умело его поддержать.

Сохраняем прошлое,  
дорожим настоящим,  
смотрим в будущее!

### *Литература*

*Логунцова И.В.* Теоретические обоснования создания сильных брендов современных территорий // Государственное управление. Электронный вестник. 2012. № 33.

Официальный портал органов власти Чувашской Республики. 19.03.2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gov.cap.ru>

*Матвеев Г.Б.* Об этничности и этнических ценностях материальной, духовной и соционормативной культуры [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://gov.cap.ru/sitemap.aspx?gov\\_id=49&id=1540340](http://gov.cap.ru/sitemap.aspx?gov_id=49&id=1540340).

*Борисова Л.В.* Лингвокультурологический анализ названий птиц отряда соколообразных (русско-чувашские параллели) // Вестник Татарского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2011. № 3 (25).

# Проект команды Пермского филиала РАНХиГС «STUDENT`S WORK SHOP»

**Радостева Э. М.,**

*доцент кафедры экономики и менеджмента  
Пермского филиала РАНХиГС, канд. экон. наук*

**Доронина А. А.,**

*студентка 3-го курса Пермского филиала РАНХиГС*

**Шестакова А. Д.,**

*студентка 3-го курса Пермского филиала РАНХиГС*

## *Актуальность*

Проект «Социальная поддержка молодежи в трудоустройстве» представляет собой совокупность мер, позволяющих объединить интересы работодателей, студентов и выпускников в вопросах их трудоустройства. Немаловажным моментом в проекте является использование такой формы работы, как создание агентства по содействию в трудоустройстве, а также в прохождении практики для студентов и выпускников вузов Пермского края.

Проблема трудоустройства молодежи — актуальная тема в современном обществе, поскольку связана с привлечением квалифицированных кадров, которые в свою очередь влияют на экономическое благополучие страны в целом.

## *Описание проекта*

В связи с возникающими проблемами в социальной поддержке студентов и выпускников при трудоустройстве предлагается создание удобного сервиса по оказанию следующих социальных услуг:

организация практик и стажировок студентов с первого курса; проведение тренингов по трудоустройству, встреч студентов и выпускников с работодателями; получение дополнительной информации, способствующей взаимодействию студентов и работодателей.

Для подтверждения актуальности предлагаемого проекта нами было проведено интернет-анкетирование среди старшеклассников, студентов, выпускников и работодателей о необходимости создания Сайта по оказанию содействия в трудоустройстве.

Согласно проведенному анкетированию о необходимости г. Перми ресурса, где на одной площадке смогут встретиться старшеклассники, студенты, работодатели, органы государственной власти или органы местного самоуправления для успешного сотрудничества и трудоустройства молодежи, было установлено, что точно будут пользоваться данным сайтом 60,2% из опрошенных студентов и скорее да — 34,6%. Следует отметить, что при поиске работы услуги данного сайта предпочитают 59,1%. Помимо поиска работы в качестве ответов предлагались разовые подработки и прохождение практики. Среди всех студентов предпочитают разовые подработки 72%, а прохождение практики — 45,5% (предлагалось несколько вариантов ответов). Среди работодателей услугами кадрового агентства предпочитают воспользоваться 95,5% опрошенных.

Таким образом, согласно проведенным исследованиям, на рынке труда молодежи агентство по оказанию содействия в трудоустройстве молодежи будет в Пермском крае (в частности, в Перми) очень востребованным и среди молодежи, и среди работодателей.

Основной целью проекта является трудоустройство студентов и выпускников высших учебных заведений.

### *Целевая аудитория*

Целевой аудиторией проекта являются студенты, выпускники вузов, работодатели.

### *Ресурсы*

Управленческие ресурсы — научный руководитель проекта, команда проекта

Административные ресурсы — Администрация Пермского филиала ФГБОУ ВО РАНХиГС.

Экспертные ресурсы — представители органов Пермьстата, Центра занятости населения г.Перми, работодатели, научно-педагогические работники Пермского филиала ФГБОУ ВО РАНХиГС.

Другие ресурсы — организационные, полиграфические

Проект не является высокорискованным. Среди основных рисков проекта можно выделить:

- 1) риск недофинансирования — несвоевременное поступление оборотных средств;
- 2) фактор общественного мнения — связаны с субъективным мнением людей.

Для минимизации рисков необходимо:

- 1) получить грант на дальнейшее развитие проекта;
- 2) организовать рекламу более доходчиво, понятно, с подробным разъяснением.

Привлекательность проекта обусловлена:

- 1) отсутствием политических, экологических и валютных рисков;
- 2) глубокой стадией проработки проекта;
- 3) наличием высокого спроса на данный вид услуг, как показал анализ рынка.

### *Результаты в количественных и качественных показателях*

В итоге за весь срок реализации нашего проекта мы добились следующих количественных показателей.

Количество обратившихся студентов, всего	62	Количество трудоустроенных, всего	33
за работой	22	Работают	8
за практикой	31	Проходят практику	19
за стажировкой	9	Проходят стажировку	6
Количество привлеченных работодателей	11		
Сумма, полученная агентством за период	3300 руб.		

Для успешного трудоустройства студентов были проведены тренинги по прохождению собеседования и составлению резюме. Тренинги проводились преподавателями Пермского филиала РАНХиГС, где студенты узнали теоретические основы прохождения собеседования, а также в игровой форме испытали себя. Кроме того, были организованы встречи студентов с работодателями, где студенты узнали о специфике своей будущей профессии.

### *Достижения*

За срок реализации проекта мы:

- нашли место расположения нашего кадрового агентства;
- нашли партнера, через которого осуществляется вся финансовая деятельность;
- привлекли 11 работодателей, которые предоставляли вакансии, стажировки и практики для нашего агентства на основании договора о предоставлении услуг;
- организовали встречи студентов с работодателями в коммерческой и государственной сфере;
- провели тренинги по успешному прохождению собеседования и составлению резюме;
- трудоустроили 33 студента.

## СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Далее мы планируем охватить студентов не только нашего вуза, но и других вузов Перми, а также включить в перечень наших услуг поиск разовых подработок для студентов в свободное от учебы время и создание интернет-сайта для удобства функционирования нашего агентства и поиска вакансий, практик и стажировок.

# Проект Среднерусского института управления — филиала РАНХиГС «Гостинец из орловской глубинки»

**Остроухова Д. К., Воробьева А. В.,  
Платонова К. С.,**

*магистранты 2-го курса очной формы обучения  
направлений подготовки «Менеджмент»,  
«Управление персоналом»*

**Авдеева И. Л.,**

*руководитель проекта, доцент, канд. экон. наук*

## *Актуальность*

Одной из ключевых проблем в Орловской области является непрерывный рост численности безработных граждан. Согласно официальным данным Росстата на июль 2017 г., Орловская область возглавила список областей ЦФО по уровню безработицы. Среди городского населения он составляет 4,3%.

Однако ситуация обстоит куда хуже в орловских деревнях и селах. В связи с отсутствием в деревнях инфраструктуры, а также закрытием социальных учреждений (школ, больниц и т. д.) уровень безработицы среди сельских жителей превышен почти в 2 раза и составляет 7,9%.

Налицо еще одна проблема — вымирание орловских сел и деревень. В поисках заработка молодежь стремится покорить «городские просторы». В деревнях остаются жить лишь пенсионеры и люди преклонного возраста, не имеющие возможности заработать хоть какие-нибудь деньги.

ЧИСЛЕННОСТЬ И СОСТАВ РАБОЧЕЙ СИЛЫ В СУБЪЕКТАХ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ВОЗРАСТЕ 15–72 ЛЕТ

	Численность рабочей силы, тыс. человек	В том числе	
		занятые	безра- ботные
Центральный федеральный округ	21 234,2	20 560,9	673,3
Белгородская область	823,6	791,5	32,0
Брянская область	605,7	582,9	22,8
Владимирская область	738,6	707,2	31,4
Воронежская область	1 177,5	1 127,8	49,7
Ивановская область	537,1	511,4	25,7
Калужская область	541,8	520,1	21,7
Костромская область	319,1	302,4	16,7
Курская область	571,6	548,9	22,7
Липецкая область	610,8	587,9	22,9
Московская область	4 070,7	3 935,9	134,9
Орловская область	368,5	342,6	25,9
Рязанская область	530,0	505,9	24,1
Смоленская область	518,0	489,3	28,8
Тамбовская область	516,6	493,7	22,9
Тверская область	686,7	657,2	29,4
Тульская область	791,0	762,4	28,6
Ярославская область	664,3	627,5	36,8
г. Москва	7 162,5	7 066,3	96,3

Уровень (%)		
участия в рабочей силе	занятости	безработицы
71,2	68,9	3,2
70,2	67,5	3,9
65,8	63,3	3,8
70,2	67,2	4,3
66,6	63,8	4,2
69,3	66,0	4,8
70,9	68,0	4,0
65,9	62,4	5,2
67,9	65,2	4,0
70,3	67,7	3,7
72,8	70,4	3,3
64,2	59,7	7,0
62,3	59,5	4,5
70,3	66,4	5,6
64,9	62,0	4,4
70,3	67,2	4,3
69,1	66,6	3,6
69,8	65,9	5,5
75,0	74,0	1,3

В деревне Морозово Покровского р-на Орловской области население на 2017 г. составило всего 147 человек, в основном безработные пенсионеры, отчаявшиеся найти хоть какой-нибудь заработок у себя в деревне. Озаботившись тем, как помочь пожилым людям, мы поняли, что старшее поколение имеет неоценимый опыт, которым готово поделиться с молодежью.

Пчеловодство — одно из направлений предпринимательской активности, позволяющее получить дополнительный доход к пенсии.

### *Описание проекта*

Проект «Гостинец из орловской глубинки» — это наш ответ на вопрос, как помочь безработным пенсионерам увеличить свой достаток и преодолеть социальную изолированность.

На местности много заброшенных полей, это стало отличной базой для размещения передвижной пасеки. Данный вид пасеки позволяет получить большее количество меда и разнообразие его вкусов, а данный вид деятельности обеспечил работой трех бабушек.

Немного изменив консистенцию первичного продукта и внеся различные натуральные добавки (ягоды и т. д.), команда «Альтаир» представляет сегодня на орловском рынке новый, усовершенствованный продукт, приготовленный жителями деревни Морозово на основе меда, — медовое крем-суфле.

Целью проекта является трудоустройство пенсионеров из вымирающей деревни Морозово Покровского района Орловской области.

### *Задачи проекта*

1. Производство и реализация экологически чистых продуктов, соответствующих современным запросам потребителей.
2. Содействие в решении проблемы поставки на отечественный рынок экологически чистой продукции путем сочетания традиционных и инновационных технологий производства.
3. Содействие в трудоустройстве лиц, относящихся к социально незащищенным группам граждан.

4. Формирование и развитие положительного имиджа проживания в сельской местности в условиях повышенной миграции населения.
5. Развитие предпринимательских навыков у участников социально ориентированного проекта.

Нами был проведен анализ конкурентов. Так, на рынке Орловской области основные конкуренты — индивидуальные производители меда, реализующие его в магазинах Орла.

Основные конкурентные преимущества меда-суфле «Гостинец из орловской глубинки»:

- высокое качество продукции,
- индивидуальный подход к клиентам,
- приемлемая цена.

Затраты проекта составили в итоге 205 610 руб.

Финансовые вложения на производство меда-суфле были осуществлены Правительством Орловской области на общую сумму 100 тыс. руб., на которые было приобретено оборудование для кремования и декристаллизации меда.

Реализация проекта началась с апреля 2017 г.

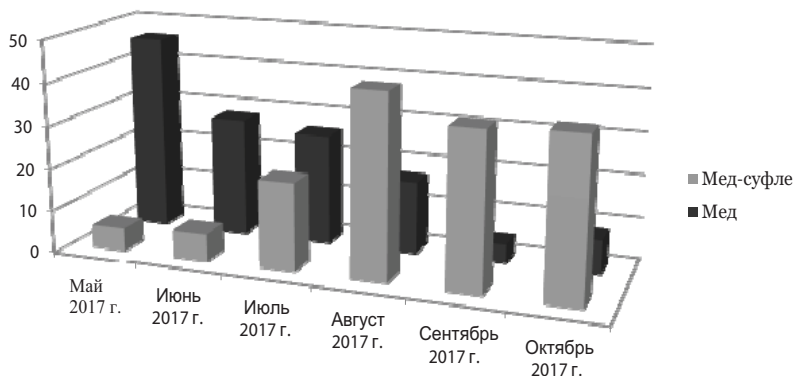
Как видно из графика (см. рисунок), продукцию на рынке сначала брать отказывались. Однако к сентябрю этого же года потребитель отдал этому продукту заслуженное и должное предпочтение.

### *Ресурсы*

Для продвижения проекта мы используем различные каналы:

- социальные сети («ВКонтакте», Facebook, Instagram);
- ярмарку выходного дня.

Главными официальными партнерами проекта являются Среднерусский институт управления — филиал РАНХиГС, Администрация Орловской области, Экспертный совет при Департаменте развития промышленности и торговли Орловской области и 1 областной канал Орловской области.



### Реализация проекта

#### *Барьеры*

Возможные риски проекта и способы их снижения:

1. Отсутствие свободных денежных средств для реализации проекта.
2. Отсутствие конструктивного взаимодействия с социальными партнерами.
3. Отсутствие заинтересованных лиц из других учреждений.
4. Привлечение внебюджетных средств. Совершенствование системы стимулирования.
5. Расширение базы социальных партнеров.
6. Разработка формы поощрений и стимулирования.

#### *Достижения*

1. Обеспечены заработком три бабушки, их среднемесячный заработок составляет 11 335 руб.
2. Доход от проекта в течение 6 месяцев составил более 260 тыс. руб.
3. Жители деревни Морозово Покровского района Орловской области обучены навыкам ведения бизнеса.
4. Удалось обеспечить планируемый уровень продаж и рентабельность проекта (0,9%).

Социальный эффект реализуемого проекта:

1. Бабушки получили рынок сбыта, увеличили объем производства и в дальнейшем смогут продолжить дело.
2. Популяризация территории Орловской области.
3. Создание условий для реализации предпринимательского потенциала пенсионеров.

Сегодня проект развивается успешно. Наши бабушки довольны — у них открылось второе дыхание, появилось жизнелюбие, чувство того, что они нужны нам — молодому поколению.

Они стали получать дополнительный доход к пенсии и могут позволить себе гораздо больше, чем ранее.

### *Литература*

Росстат: Орловская область — лидер по безработице в ЦФО [Электронный ресурс]: <http://orelsreda.ru/rosstat-orlovskaya-oblast-lider-po-bezrabortitse-v-tsfo/>

# Проект Новгородского филиала РАНХиГС SHOW-ROOM «МаМы»

**Артамонова О. Е.,**

*доцент кафедры теории и практики управления*

*Новгородского филиала РАНХиГС,*

*куратор команды, канд. соц. наук*

**Жванко В. В.,**

*студентка 1-го курса Новгородского филиала*

*РАНХиГС*

## *Актуальность проекта*

Команда «Вече» в предыдущем сезоне 2016–2017 гг. в проекте «Оглянись» организовывала досуговые мероприятия, в частности квесты в реальности, для мам, имеющих детей с ограниченными возможностями развития. При дальнейшем общении с мамами выяснилось, что их волнует изолированность от общества — они постоянно находятся рядом со своими детьми, их коммуникации ограничиваются чаще всего родственниками или такими же мамами. Проблема заключается в том, что таким мамам трудно даже элементарно выйти в магазин, оставив дома своего особенного ребенка. О работе и самореализации они даже не задумываются, поскольку чаще всего не могут позволить нанять няню, хотя каждая имеет огромное желание реализовать свой личный потенциал, развиваться как личность, использовать на практике таланты, знания и умения.

Мы провели опрос 250 мам особенных детей. Оказалось, что:

- 79% имеют возможность выходить из дома (в том числе и со своими детьми);
- 15% не имеют возможности выходить из дома;
- 6% затруднились ответить.

Проанализировав полученные данные, мы сделали вывод о необходимости организации площадки, на которой мамы особенных детей смогут проводить время. При этом решили создать условия для тех 15%, которые не имеют возможности выходить из дома, организовать виртуальное пространство для реализации их возможностей и, заработав деньги на благотворительных мероприятиях, помочь материально тем 6% мам, которые затруднились ответить.

Команда «Вече» приняла решение о создании в Великом Новгороде инклюзивной площадки Show-room «МаМы» для проведения встреч, где мамы с детьми имели бы возможность расширить круг общения. Эта площадка задумывалась как интерактивное пространство для проведения различного рода мастер-классов, а также как пункт приема изделий для их реализации через интернет-ресурсы. Название «МаМы» (Мамы и Мы) означает, что это наш совместный проект и мамы являются не только участниками, но и организаторами проведения различных мероприятий.

### *Цель проекта*

Show-room «МаМы» — социальная интеграция мам особенных детей и общества.

### *Целевая аудитория*

Мамы, имеющие детей с ограниченными возможностями развития.

### *Описание проекта*

Show-room «МаМы» — это площадка, где каждая мама может проявить свои способности и приятно провести время. Эта пло-

щадка включает проведение различных мероприятий, на которых мамы имеют возможность реализовать свои идеи, раскрыть таланты и просто пообщаться.

Для воплощения этой идеи команда «Вече» совместно с мамами особенных детей и при сотрудничестве с фондом помощи и поддержки несовершеннолетних детей и пенсионеров «Звездный порт» и творческим центром «Рыжий кот» участвовала в мастер-классах по изготовлению открыток ручной работы. Открытки, изготовленные студентами и мамами, а также изделия ручной работы, изготовленные мастерицами, в числе которых были и мамы особенных детей, реализованы участниками команды на городских ярмарках, а вырученные средства направлены на поддержку нашей целевой группы. За время нашей совместной работы с мамами были проведены и другие мастер-классы: от brow-мастера, визажиста и парикмахера. Еще ряд мероприятий развлекательного характера студенты провели в городском кафе «Глазурь», где команда встречалась со своей целевой аудиторией — мамами и их особенными детками. Все вместе они играли в настольные игры «Мафия», «Крокодил», рисовали, пели песни.

### *Ресурсы*

Административные: поддержка Правительства Новгородской области; управленческие: обучение членов команды организаторами программы Raise и привлеченными ими экспертами; помощь преподавателей филиала академии в сфере управления, экономики, социологии; поддержка администрации филиала РАНХиГС; экспертные: услуги профессионального стилиста, психолога, стилиста по прическам, визажиста, brow-мастера; трудовые ресурсы: участники команды «Вече», волонтеры Новгородского филиала РАНХиГС, мамы детей с ОВЗ.

### *Барьеры и пути их преодоления*

На этапе реализации проекта возникла необходимость в помещении для продажи пожертвованных вещей и проведения встреч

с целевой аудиторией. Возникли проблемы поиска подходящего помещения, которое нам не удалось найти и оформить за время проекта. Тогда его отсутствие мы компенсировали созданием интернет-магазина. Встречи с мамами было решено проводить на базе Новгородского филиала РАНХиГС, а также на площадках наших партнеров, в том числе в ТРЦ «Мармелад», МАУК «Центр культуры, искусства и общественных инициатив «Диалог», кафе «Глазурь» и др.

### *Результаты*

- задействовано в мастер-классах около 80 мам особенных детей (многие раскрыли свои таланты в новых сферах, например в скрапбукинге, вязании, рисовании);
- принимали участие в проведении мастер-классов 37 мам (все они отметили, что у них открылось новое дыхание и они стали заниматься своим любимым делом с большим воодушевлением, чем раньше);
- в досуговых мероприятиях приняли участие около 100 мам детей с ОВЗ;
- в ходе ярмарок и интернет-продаж нами было заработано 30 тыс. руб., из них пожертвовано 20 тыс. руб. на проект «Няня на час». Эти средства обеспечивают около 40 выездов нянь в помощь мамам особенных детей.

### *Достижения*

Show-room «МаМы» является одним из новых направлений проекта «МаМы», который реализует фонд помощи и поддержки несовершеннолетних детей и пенсионеров «Звездный порт». В 2017 г. этот проект стал победителем в конкурсе «Мой проект – моей стране» в номинации «Поддержка семьи, материнства и детства». Благодаря этому о проекте узнал Президент РФ В. В. Путин.

В ходе встреч команды с руководителем фонда «Звездный порт» рождалось множество идей для продвижения нашего проекта. Одной из самых запоминающихся оказалась идея о совместных съемках команды «Вече» и мам в новогоднем марафо-

не благотворительной помощи семьям, воспитывающим особых детей «Мамы верят в чудеса». Студенты и мамы пожелали жителям нашего города счастливого Нового года и рассказали, почему так важно верить в чудеса. Размещенные в Интернете видеоролики набрали 5988 просмотров, привлекли внимание неравнодушных людей, которые смогли помочь мамам и их детям, всего было собрано 71 142 руб., из которых 51 тыс. руб. направлены на оплату реабилитации детей с ОВЗ.

#### *Перспективы развития проекта*

В ходе встреч мамы выразили благодарность и пожелания о дальнейшем сотрудничестве. Мы уже планируем провести ряд совместных мероприятий. Однако и без нашей помощи мамы продолжают проводить различные мероприятия, мастер-классы и ведут интернет-магазин.

# Проект команды Курганского филиала РАНХиГС «Территория добра»

**Литвиненко М.С.,**

*старший преподаватель кафедры экономики*

*Курганского филиала РАНХиГС,*

*куратор проектной команды*

**Пылкова К.А.,**

*студентка 3-го курса Курганского филиала РАНХиГС,*

*капитан проектной команды*

## *Актуальность*

«Народ, не помнящий своего прошлого, не имеет будущего» — слова великого русского историка В. О. Ключевского. История такой необъятной страны, как Россия, насыщена и многогранна не только числом важных исторических событий, но и числом народностей, проживающих на ее территории. Каждый народ представляет собой важный элемент развития страны в целом, без него не было бы нашего с вами «настоящего». На территории Курганской области, как и по всей стране, множество различных национальностей, которые имеют разное вероисповедание, свои традиции, промыслы и ремесла. Наиболее ярко выраженным, понятным и доступным внешним атрибутом культуры какого-либо народа являются именно промысел и ремесло.

Тип восприятия информации у 80% населения мира визуальный, а значит, увиденная вещь, будь то украшение, предмет быта или элемент одежды, лучше запомнится зрительно. Проверенные годами техники изобретения изделий разных народов помогут вещи быть качественной, доступной

и модной в любое время года. С этим мастерски справятся профессионалы своего дела, которые смогут передавать свой опыт молодому поколению.

### *Цель проекта*

Возрождение активного интереса к народным промыслам и ремеслам, создание творческого союза «Территория добра» для развития современной культуры и активизации творческого потенциала Курганской области, социально-экономическая поддержка лиц с ограниченными возможностями, молодых мам и пожилых граждан.

### *Партнеры проекта*

Главное управление социальной защиты населения Курганской области; общественный совет «Молодежное правительство Курганской области»; Ассамблея народов Зауралья; Молодежная ассамблея народов Зауралья; ГКУ «Курганский областной культурно-выставочный центр»; Курганская общественная организация «Национальный культурный центр белорусов Зауралья “Батьковщина”»; АНО «Сибирский центр социального развития общества»; Общероссийская молодежная общественная организация «Российский союз сельской молодежи»; Курганская городская организация инвалидов Всероссийского общества инвалидов; кофейня «PylCoffee».

### *Социально ориентированная проектная деятельность*

Проект был запущен в сентябре 2017 г. Разработано несколько его направлений.

#### 1. Организация выставок-ярмарок

Первым мероприятием нашего проекта стала новогодняя выставка-ярмарка, организованная в Курганском филиале РАНХиГС. В выставке приняли участие 13 рукодельниц Курганской области. На ярмарке был представлен широкий выбор различных игрушек, сделанных своими руками. На столах можно было увидеть вязаный символ наступающего года —

собаку, рождественские украшения для елок, новогодние экибаны со сладостями и многое другое.

Кроме того, параллельно была запущена благотворительная акция «Теплые ручки» по сбору подарков для детей из Курганского специализированного дома ребенка.

В преддверии Международного женского дня была проведена выставка-ярмарка в Курганском областном культурно-выставочном центре», на которой мужчины смогли выбрать подарки для своих родных, близких и знакомых дам, а дамы, в свою очередь, порадовали себя приятной покупкой. Свои товары ручной работы представили более 17 мастеров Курганской области. Выручка составила 10 200 руб.

## 2. Организация мастер-классов

В помещении нашего партнера — кофейни «PylCoffee» состоялся мастер-класс по экспресс-рисованию. Более 5 человек смогли нарисовать под руководством мастера творческого союза «Территория добра» красивые картины «Яркий закат». Прибыль от проведенного мастер-класса составила 5 тыс. руб.

## 3. Благотворительные акции

Нами были запущены и успешно проведены 2 благотворительные акции: «Теплые ручки» и «Руки помощи малюткам». При организации первой благотворительной акции были собраны подарки для детей из ГКУ «Курганский специализированный дом ребенка» на сумму 13 тыс. руб. и проведен новогодний утренник. Вторая акция была запущена на краудфандинговой платформе «Планета». Удалось собрать 23 572 руб. На полученные средства были закуплены текстильные материалы, и мастера нашего творческого союза сшили одежду для детей из ГКУ «Курганский специализированный дом ребенка».

## *Научно-исследовательская деятельность*

Проект берет начало с научного фундамента команды. Команда принимала участие в различных конференциях и конкурсах. На XV Всероссийском молодежном форуме «Современная Россия в лабиринтах развития» по направлению «Бренды, культурные коды и возможности развития территорий» выступила А. А. Бур-

мантова с докладом на тему «Развитие форм досуга молодежи на основе культурных и национальных традиций региона на примере Курганской области». Опубликована статья Е. Г. Новиковой и К. А. Пылковой «Проблема истинности этнических стереотипов на примере обучающейся молодежи Курганской области» в сборнике научно-практической конференции с международным участием «Гражданское единство. Этнокультурное и конфессиональное многообразие как ценностные основания и факторы консолидации российского общества», проводимой в Южно-Российском институте управления. В рамках вышеобозначенного мероприятия нами проведено социологическое исследование, результаты которого размещены в сборнике информационно-аналитических материалов конференции.

Наша команда победила в межрегиональном внутрикorporативном конкурсе грантов 2017 г. на проведение инициативных научных исследований студентов Курганского и Челябинского филиалов с работой «Роль старинных промыслов и ремесел в межкультурной коммуникации среди учащейся молодежи Курганской области». В конкурсе бизнес-проектов «Твой первый шаг на пути к цели», проведенном Департаментом экономического развития Курганской области при участии Росмолодежи и ГУП «Бизнес-инкубатор Курганской области», К. Пылкова и А. Бурмантова стали победителями, представив проект «Территория добра».

### *Достижения*

В ходе реализации проекта были проведены следующие мероприятия. Организован круглый стол с представителями органов власти, общественных организаций и бизнес-структур, многие из которых стали нашими партнерами, заключено 7 соглашений о сотрудничестве. Проведены выставки-ярмарки, мастер-классы по экспресс-рисованию и благотворительные акции, направленные на оказание помощи детям из ГКУ «Курганский специализированный дом ребенка». Открыт интернет-магазин «Территория добра», где реализуется товар ручной работы.

Общая прибыль проекта — 53 772 руб. Направлено на оказание благотворительной помощи 36 572 руб.

*Планы проекта*

«Территория добра» — это площадка, где каждый может раскрыть свой творческий потенциал и творить добро, расширяя границы горизонта.

«Территория добра» продолжит расширять границы.

# Проект команды Выборгского филиала РАНХиГС «Пространство возможностей 2.0»

**Гредюшко М. А.,**

*студентка 3-го курса Выборгского филиала РАНХиГС*

**Арнаутова К. А.,**

*студентка 3-го курса Выборгского филиала РАНХиГС*

**Третьякова Е. Ю.,**

*студентка 3-го курса Выборгского филиала РАНХиГС*

**Замурко А. А.,**

*студентка 3-го курса Выборгского филиала РАНХиГС*

**Сычева Е. В.,**

*старший преподаватель кафедры государственного  
и муниципального управления Выборгского филиала  
РАНХиГС, куратор команды*

## *Актуальность*

В современном мире возрастает численность пожилого населения, подобные тенденции характерны и для нашей страны. В этих условиях социальная поддержка граждан пенсионного возраста получила новый импульс к развитию, однако она ориентирована в основном на малоимущих и одиноких людей, а у представителей старшего поколения зачастую возникает необходимость в непрерывном неформальном образовании для самореализации и творческого развития независимо от их материального положения и социального статуса. Проектная команда Выборгского филиала РАНХиГС выделила в качестве приоритетной задачи проекта

«Пространство возможностей 2.0» выполнение данного социального запроса, актуального и для жителей Выборга.

### *Цель проекта*

Повысить уровень компьютерной и финансовой грамотности целевой аудитории проекта.

### *Целевая аудитория*

Граждане пенсионного возраста, желающие снизить уровень социальной и информационной изоляции, а также повысить качество жизни в результате приобретения и развития навыков использования информационных технологий. Большую часть целевой аудитории проекта составляют безработные женщины в возрасте от 50 до 64 лет, имеющие образование не ниже среднего специального.

### *Описание проекта*

Проект «Пространство возможностей 2.0» реализуется с октября 2017 г. В рамках проекта участники студенческой проектной команды обучают граждан пенсионного возраста навыкам работы в информационной среде. Занятия проводятся на площадке Выборгского филиала РАНХиГС. Во время занятий курсисты изучают основы работы в операционной системе, прикладные программы, интернет-технологии коммуникации и поиска информации, социальные сети, основы информационной безопасности, возможности Единого портала государственных услуг и интернет-банкинга.

Как показали результаты опроса, участники проекта заинтересованы не только в получении базовых знаний и навыков применения информационных технологий, но и в самостоятельном использовании возможностей интернет-технологий для собственных нужд: записи на прием в государственные и муниципальные учреждения, общения с друзьями и знакомыми, отправки электронных писем, юридического и медицинского консультирования on-line, оплаты коммунальных и других услуг

в Интернете, использования социальных сетей для обмена опытом в интересующей их сфере и для продвижения своего творчества — все пожелания и предложения учитываются проектной командой при планировании занятий.

На начальном и завершающем этапах проводится анкетирование участников проекта для оценки потребностей целевой аудитории, конкретизации задач, корректировки плана занятий и анализа эффективности проделанной работы.

В течение года занятия проводятся для двух потоков групп, каждая из которых состоит из 12 человек. Итого за текущий год прошли обучение 24 участника проекта. Занятия проходят два раза в неделю. Стоит отметить, что участники проекта изначально имеют различный уровень владения информационными технологиями. Занятия начинаются с теоретической части, затем участники проекта выполняют практические задания исходя из собственных потребностей и интересов. Участники проектной команды применяют индивидуальный подход при организации учебного процесса.

По завершении обучения каждый получает памятный сертификат и огромный багаж знаний, а также возможность общения и консультационной поддержки в сообществе выпускников проекта и участников проектной команды в социальной сети.

### *Ресурсы*

Административные: Выборгский филиал РАНХиГС в лице директора В. А. Иваненко; Комитет социальной защиты населения администрации МО «Выборгский район» Ленинградской области (до 31 мая 2018 г.).

Экспертные: старший преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Выборгского филиала РАНХиГС Е. В. Сычева.

Исполнители: студенческая проектная команда и привлеченные волонтеры из числа студентов Выборгского филиала РАНХиГС.

Информационные: сообщество проекта в социальной сети ([vk.com/club63468750](https://vk.com/club63468750)), газета «Выборг» и другие городские СМИ.

Материальные: компьютерный класс Выборгского филиала РАНХиГС, персональные компьютеры с доступом в Интернет, учебные материалы.

### *Результаты в количественных и качественных показателях*

Результаты анкетирования показали, что мотивы посещения данных курсов различны. Наиболее популярными вариантами ответов оказались самосовершенствование и социальная активность, также более половины опрошенных были готовы к самостоятельной работе во время прохождения курсов. По поводу причин, препятствующих повышению квалификации после выхода на пенсию, мнения разошлись, но 50% респондентов выделили в качестве основной причины отсутствие потребности у самих граждан. Несмотря на расхождение во взглядах на некоторые из вопросов, все участники проекта сошлись во мнении о необходимости непрерывного развития навыков применения информационных технологий.

По завершении цикла занятий и проведения анкетирования все участники проекта отметили повышение уровня компьютерной и финансовой грамотности.

Результаты проведенной работы позволяют выделить следующие качественные характеристики:

- участники проекта освоили навыки работы на компьютере и в сети Интернет, научились эффективно использовать возможности информационных технологий в повседневной жизни;
- участники проекта изучили Единый портал государственных услуг и освоили возможности доступа к персональной информации о размере пенсионных и социальных выплат в личном кабинете;
- участники проекта освоили возможности интернет-банкинга для оплаты коммунальных услуг и управления личными финансами;
- включение пожилых людей в образовательный процесс, обучение их компьютерной грамотности помогло им в самореализации, адаптации к современным условиям жизни в инфор-

мационном обществе, расширило их кругозор, сферы общения, возможности для продления трудовой и активной жизнедеятельности, что оказало положительное влияние на повышение качества их жизни.

### *Достижения*

На сегодняшний день некоторые участники проекта успешно используют полученные знания в профессиональной деятельности в следующих сферах: предпринимательство, образование, литературное, изобразительное и музыкальное творчество. Так, в результате реализации проекта одна из его участниц, поэтесса и художница, создала и поддерживает сообщество в социальной сети, посвященное ее авторским обучающим стихотворениям для детей с иллюстрациями ([vk.com/club164601945](https://vk.com/club164601945)).

Нельзя не учитывать устные благодарственные отзывы от пенсионеров: для них это не только обучение компьютерной грамотности, но и способ скрасить свой досуг с пользой и расширение возможностей для самореализации.

### *Перспективы развития проекта*

В ближайших перспективах — расширение целевой аудитории проекта за счет открытия новых площадок в городе Выборге, трансляции занятий на канале YouTube, проведения обучающих вебинаров.

# ПРИЛОЖЕНИЕ

**Проектная команда Южнокорейского университета  
Согён «SURTS»  
(Seokyeong University Russian Translation Service)**





**Проектная команда Уральского института управления — филиала РАНХиГС**



**Проектная команда Южно-Российского института  
управления — филиала РАНХиГС**



**Проектная команда Института государственной службы  
и управления РАНХиГС**



Проектная команда Челябинского филиала РАНХиГС



Проектная команда Владимирского филиала РАНХиГС



**Проектная команда Владимирского государственного  
университета имени Александра Григорьевича  
и Николая Григорьевича Столетовых**



**Проектная команда Волгоградского института  
управления – филиала РАНХиГС**



## Проектная команда Воронежского филиала РАНХиГС



## Проектная команда Московского областного филиала РАНХиГС



## Проектная команда Калужского филиала РАНХиГС



Проектная команда  
Нижегородского института управления – филиала  
РАНХиГС



**Проектная команда Северо-Кавказского института –  
филиала РАНХиГС**



## Проектная команда Чебоксарского филиала РАНХиГС



## Проектная команда Чебоксарского филиала РАНХиГС



**Проектная команда Пермского филиала РАНХиГС**



**Проектная команда Курганского филиала РАНХиГС**



Проектная команда Новгородского филиала РАНХиГС



**Проектная команда Выборгского филиала РАНХиГС**



Научное издание

*Заказное издание*

**Социально ориентированная  
проектная деятельность:  
практики и кейсы**

Выпуск 4

Выпускающий редактор *Е.В. Попова*  
Корректор *Ф.Н. Морозова*  
Художник *Е.В. Трушина*  
Оригинал-макет *О.З. Элоева*  
Верстка *Т.А. Файзуллиной*

Подписано в печать 14.02.19. Формат 60×90/16.  
Гарнитура «ПТ Сериф Про». Усл. печ. л. 9,4.  
Тираж 300 экз. Заказ №1516

Издательский дом «Дело» РАНХиГС  
119571, Москва, пр-т Вернадского, 82

Коммерческий центр  
тел. (495) 433–25-10, (495) 433-25-02  
[www.ranepa.ru](http://www.ranepa.ru)  
[delo@ranepa.ru](mailto:delo@ranepa.ru)

Интернет-магазин  
[www.delo.ranepa.ru](http://www.delo.ranepa.ru)

Отпечатано в типографии РАНХиГС  
119571, Москва, пр-т Вернадского, 82

ISBN: 978-5-7749-1456-2



9 785774 914562