

ОБЩИЕ ПРАВИЛА

При заполнении заявки необходимо соблюдать следующую логику:

- проблема объясняет, почему проект нужен;
- цель отвечает, что должно измениться, для чего и посредством чего;
- описание показывает, как именно цель достигалась;
- результаты фиксируют, достигнута ли цель и в каком объёме.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Целевая аудитория – это те, на кого направлен проект. Она должна быть указана конкретно, за исключением случаев, когда проект действительно ориентирован на широкую общественность, что встречается нечасто.

⊗ Примеры неудачной формулировки целевой аудитории:

Молодёжь региона.

Социально уязвимые граждане.

✓ Примеры удачной формулировки целевой аудитории:

Подростки 14–17 лет из малых городов региона, не вовлечённые в систему дополнительного образования и спортивных секций.

Пожилые одинокие люди старше 65 лет, проживающие в сельских территориях и не имеющие регулярного доступа к медицинской помощи.

ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ

Проблемная ситуация – это то, что послужило стимулом для запуска проекта: какую именно ситуацию проект должен изменить и что должно измениться после его реализации.

⊗ Пример неудачной формулировки проблемной ситуации:

Недостаточное внимание общества и бизнеса к вопросам социальной ответственности, необходимость повышения уровня поддержки социально уязвимых групп населения и развития социально значимых инициатив.

❓ Почему это неудачная формулировка?

– она абстрактна: непонятно, где, у кого и в чём именно проявляется проблема;

ГАЙД ПО ЗАПОЛНЕНИЮ ЗАЯВКИ В КАРТУ ПРОЕКТОВ ОТВЕТСТВЕННОГО БИЗНЕСА



- в ней используются оценки, а не факты: «недостаточное внимание», «необходимость повышения»;
- проблема подменяется целью: описывается то, что хочется сделать, а не то, что не работает сейчас;
- не указан носитель проблемы: неясно, какие именно люди, организации или территории сталкиваются с данной ситуацией;
- формулировка универсальна и может быть без изменений использована в большинстве заявок.

✓ Пример хорошей формулировки проблемной ситуации:

Низкая вовлечённость населения в отдельный сбор отходов: при 73% заинтересованных практикуют его лишь 7%, что обусловлено недостаточной доступностью инфраструктуры и дефицитом знаний о переработке.

? Почему это удачная формулировка?

- фиксирует конкретную измеримую проблему;
- показывает разрыв между намерением и поведением;
- опирается на цифры, а не на общие оценки;
- называет причины, а не цели или решения;
- сформулирована кратко и однозначно, без размытых формулировок.

ЦЕЛЬ

Цель должна быть сформулирована в логике: что планируется сделать, для чего и посредством чего. Она должна отражать желаемое состояние объекта или целевой аудитории после реализации проекта. По возможности цель должна содержать количественную оценку ожидаемого результата.

✗ Пример неудачной формулировки цели:

Привлечь сотрудников к участию в социальных инициативах компании и создать условия для их активной вовлечённости

? Почему это неудачная формулировка?

- неясно, что именно должно измениться;
- отсутствуют измеримые показатели;
- используются размытые глаголы: «привлечь», «создать условия»;
- не раскрыт механизм достижения цели.

✔ Пример хорошей формулировки цели:

Повысить уровень вовлечённости сотрудников в корпоративные социальные и волонтерские инициативы посредством создания системы регулярного информирования, мотивации и участия, обеспечив рост доли вовлечённых сотрудников не менее чем на 20% и охват проектными активностями не менее 500 человек в течение года.

❓ Почему это удачная формулировка?

- понятно, какое именно изменение должно произойти: не просто провести активности, а повысить уровень вовлечённости сотрудников;
- раскрыт механизм достижения результата: через систему регулярного информирования, мотивации и участия;
- цель содержит конкретные количественные показатели: рост доли вовлечённых сотрудников не менее чем на 20% и охват не менее 500 человек;
- указан срок достижения результата – в течение года.

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Необходимо описать, на что направлен проект, и кратко описать сферу деятельности организации, реализующей проект.

Например: проект, направленный на поддержку людей в трудных жизненных ситуациях, развитие волонтерства и экологически ответственного поведения. Реализуется ведущей онлайн-платформой для размещения объявлений в России.

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Описание проекта должно включать только конкретные действия, процессы и шаги, которые были реализованы для достижения цели проекта.

Допустимо указывать:

- мероприятия и активности проекта;
- последовательность действий и этапы реализации;
- конкретные форматы работы;
- материалы и инструменты, использованные в проекте;
- взаимодействие с партнёрами;
- содержание отдельных блоков проекта.

Описание должно отвечать на вопросы: что именно было сделано, в каком формате и с использованием каких инструментов.

ГАЙД ПО ЗАПОЛНЕНИЮ ЗАЯВКИ В КАРТУ ПРОЕКТОВ ОТВЕТСТВЕННОГО БИЗНЕСА



Что не должно содержаться в описании проекта:

- результаты проекта;
- оценочные суждения;
- декларации о значимости проекта без описания конкретных действий.

⊗ Пример неудачной формулировки описания проекта:

Проект наставничества был направлен на развитие молодых специалистов и формирование сильного кадрового потенциала компании. Благодаря реализации проекта удалось повысить уровень профессиональной подготовки участников, усилить их мотивацию и улучшить включённость в корпоративную среду. Программа показала высокую эффективность, способствовала профессиональному росту сотрудников и стала важным инструментом кадрового развития компании.

? Почему это неудачная формулировка?

- в нём приведены результаты и эффекты, а не действия;
- используются оценочные суждения: «высокая эффективность», «важный инструмент»;
- отсутствует описание того, что именно делалось в рамках проекта;
- не указаны этапы, форматы и содержание работы.

✓ Пример хорошей формулировки проблемной ситуации:

В 2025 году в компании была реализована программа наставничества для молодых специалистов. На первом этапе был открыт набор участников, проведено анкетирование и сформированы наставнические пары из числа молодых сотрудников, руководителей и специалистов профильных подразделений. Для запуска программы были подготовлены анкета участника, шаблон индивидуального плана развития, методические рекомендации для наставников и сценарий первой установочной встречи.

В течение года для участников проводились индивидуальные встречи с наставниками по утверждённому графику, практикумы по подготовке резюме и самопрезентации, сессии по деловой коммуникации, управлению задачами и карьерной навигации внутри компании. Отдельно организовывались встречи с руководителями функциональных направлений, внутренние дни открытых дверей в подразделениях и разборы практических рабочих кейсов.

В рамках проекта также осуществлялось взаимодействие с профильными вузами и колледжами: проводились презентации карьерных возможностей компании, профориентационные встречи и экспертные сессии с участием сотрудников. Координацию программы осуществляло HR-подразделение, которое формировало график мероприятий, сопровождало коммуникацию между участниками и наставниками, готовило информационные материалы и обновляло календарь проектных активностей.

❓ Почему это удачная формулировка?

- указаны конкретные действия;
- понятна последовательность реализации;
- описаны форматы работы;
- названы конкретные инструменты;
- текст отражает реальную механику проекта, а не общие декларации.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

В этом разделе необходимо конкретно и однозначно показать, чего удалось достичь по итогам реализации проекта. Результаты должны отражать степень достижения цели проекта, то есть показывать, насколько фактические итоги соответствуют заявленной цели и целевым показателям.

Можно указывать:

- количественные результаты;
- качественные результаты, если они подтверждены данными;
- показатели по периодам, этапам или регионам;
- сопоставление плановых и фактических значений.

Результаты должны отвечать на вопросы: что достигнуто, в каком объёме, за какой период и насколько это соответствует цели проекта.

Что не должно быть в результатах:

- общих слов без фактов;
- оценочных суждений;
- деклараций о значимости проекта;
- непроверяемых эффектов и выводов.

Почему это важно: результаты – это подтверждение того, в какой степени достигнута цель проекта. Если цель содержит конкретные ориентиры, результаты должны показать, достигнуты ли они полностью, частично или превышены.

⊗ Пример неудачной формулировки результатов:

Проект оказал положительное влияние на сотрудников, повысил вовлечённость и стал важным вкладом в развитие корпоративной культуры.

❓ Почему это неудачная формулировка?

- отсутствуют конкретные результаты;
- нет цифр и фактов;
- невозможно понять, достигнута ли цель;
- результаты подменены общими оценками и эффектами.

✔ Пример хорошей формулировки результатов:

По итогам проекта в 2025 году в программе приняли участие 540 сотрудников при плановом показателе 500 человек. Доля вовлечённых сотрудников выросла на 22% по сравнению с исходным уровнем. По данным итогового опроса, 68% участников, ранее не включённых в социальные инициативы компании, присоединились как минимум к одной активности в течение года.

❓ Почему это удачная формулировка?

- содержит конкретные количественные результаты;
- показывает соотношение плановых и фактических показателей;
- позволяет оценить, достигнута ли цель проекта;
- фиксирует измеримые изменения в поведении целевой аудитории;
- указывает, за какой период получен результат.

ЦИТАТА

Цитата должна содержать высказывание о проекте. Её можно предоставить от имени руководителя организации, руководителя соответствующего подразделения или непосредственного участника проекта.

КАКИМ ОБРАЗОМ ОСУЩЕСТВЛЯЛОСЬ ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТА

В этом разделе должно быть отражено, через какие каналы, форматы, материалы, партнёрские ресурсы и коммуникационные инструменты осуществлялось информационное сопровождение и продвижение проекта среди целевых аудиторий.

ОХВАТ И ОБЩИЕ МЕДИАПОКАЗАТЕЛИ

В этом разделе должны быть отражены совокупные количественные показатели информационного сопровождения проекта, включая общий охват, число публикаций, число выходов, просмотры, упоминания, переходы и иные медиаметрические данные.

Данный раздел является обязательным только для коммуникационных проектов.

КТО ПОДДЕРЖАЛ ПРОЕКТ

В этом разделе необходимо указать организации, органы власти, партнёров, общественные объединения, образовательные учреждения, СМИ, бизнес-структуры и иные стороны, которые поддержали проект на этапе подготовки и реализации:

- организационно;
- информационно;
- экспертно;
- ресурсно;
- финансово.