

*Попов Никита Кириллович,
студент*

3 курс, факультет «Экономики и менеджмента»

Российская академия народного хозяйства и государственной службы

Россия, г. Москва

ЦЕННОСТЬ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА: БАЗОВЫЕ ПОДХОДЫ

Аннотация: Данная статья посвящена исследованию подходов к пониманию ценности социального проекта, этот момент является очень важным звеном при принятии решения о реализации такого проекта. Это связано с необходимостью понимания его полезности, исполнимости во времени при наличии четкого плана и смета затрат по его реализации с пониманием его актуальности для окружающих.

Тем не менее, социальные проекты не являются обычным расходом финансовых ресурсов, у них тоже есть своя ценность, появляющаяся за счет воспроизведения уникальных характеристик проекта в рамках реализации миссии социально-экономической системы. Особенно важным аспектом для создания ценностной оценки проекта является его ценность, которая должна изначально быть определена еще на этапе разработки проекта и в дальнейшем быть корректно реализована.

При этом важно не путать ценность в процессе создания проекта и ценность в процессе управления проектом. По своей сути, это последовательные этапы, которые проходит каждый социальный проект при создании ценности проекта, во время обоих этапов в ее реализации участвуют все – как инициаторы и проектная команда, так и конечные потребители.

Ключевые слова: социальный проект, создание ценности, заинтересованное лицо, проектный менеджмент.

Annotation: *This article is devoted to the study of approaches to understanding the value of a social project, this point is a very important link in deciding on the implementation of such a project. This is due to the need to understand its usefulness, feasibility in time in the presence of a clear plan and cost estimates for its implementation with an understanding of its relevance to others.*

However, social projects are not an ordinary expenditure of financial resources, they also have their own value, which appears due to the reproduction of the unique characteristics of the project as part of the implementation of the mission of the socio-economic system. A particularly important aspect for creating a value assessment of a project is its value, which should initially be determined at the stage of project development and subsequently be correctly implemented.

It is important not to confuse value in the project creation process with value in the project management process. In essence, these are successive stages that each social project goes through when creating value for the project; during both stages, everyone is involved in its implementation - both the initiators and the project team, and the end consumers.

Key words: *social project, value creation, stakeholder, project management.*

В настоящее время проблематика ценности социального проекта, рассматриваемой с точки зрения наиболее сложной формы социального действия, все чаще становится объектом исследования. Социальный проект, по сути, представляет собой социальную инновацию, разработанную инициатором проекта на основе своего оригинального видения решения определенной социальной проблемы. Причем цель этой инновации можно свести к созданию, усовершенствованию или поддержанию ценностей (материальных или духовных) в условиях все время трансформирующейся среды, которая, в свою очередь, обладает рядом пространственно-временных

и ресурсных ограничений. Наконец, влияние этой инновации на людей всецело считается положительным, особенно с точки зрения ее социальной ценности.

Социальный проект, в своей основе, рассматривает создание нового социально значимого продукта, которого раньше не было. Например, в Российской Федерации есть многочисленные социальные проекты, которые охватывают самые различные сферы жизни: от поддержки спорта и экологии до развития культуры и искусства, не забывая также и про поддержку социально уязвимых категорий населения. В этих условиях важно понимать будущую выгоду для большинства «целевой аудитории» в первую очередь, и для инициаторов – лишь только после. Любая, даже самая интересная идея может быть отвергнута, если нет понимания ее ценности для большинства, а также отсутствует ее приятие с точки зрения всех тех, кому реализация данной инновации должна принести благо.

Н. В. Федорова считает, что очень важно проводить четкую дифференциацию между понятиями стоимости и ценности социального проекта. К ценности социального проекта можно отнести его важность, полезность и актуальность при реализации в определенном социальном направлении; понятие стоимости сводится к пониманию величины финансовых затрат на его разработку и поддержание.

Выражение ценности социального проекта проявляется, основываясь на критериях успешности. Последние, в свою очередь, базируются на сочетании с классическими критериями - временем, объемом проекта, его стоимостью и оценкой качества исполнения. Именно успешность выражает все ожидания стейкхолдеров - инициаторов и участников проекта. При этом понимание успешности и связанной с ней ценностью социального проекта все еще является достаточно острым, дискуссионным вопросом [1, с. 196].

В основе применения ценности лежит нетрадиционное восприятие социальных проектов как средства достижения поставленной цели. Если

раньше проект считался временной мерой, то в современном мире любая деятельность на постоянной основе становится проектной и оценивается с точки зрения ее эффективности при реализации проектов, в том числе социальных.

В настоящее время для всех организаций базовые задачи существования сводятся к распределению имеющихся ресурсов так, чтобы ценность портфолио проектов была максимизирована в соответствии с основной задачей (например, долгосрочная прибыльность, возврат инвестиций (ROI), более успешная реализация новых проектов на опыте предыдущих и т.д.). Социальные проекты не являются исключением, ведь их успешность и принятие большинством целевой аудитории являются таким же мерилем успеха, особенно если основная задача исполняющей их организации сводится к данным критериям.

Для поддержания успешности, организации чрезвычайно важно определить ценность социального проекта и управлять ими на всех этапах жизненного цикла социального проекта, не ограничиваясь только этапом реализации проекта, при которой оценка ценности проводится через финансово-экономические показатели (рентабельность, прибыльность).

По мнению В. А. Лукова, достижение ценности социального проекта проходит через трансляцию уникальных характеристик проекта в контексте исполнения определенной цели при изменении одного из аспектов социально-экономической системы благодаря ему. Тем не менее, данное утверждение не отражает существенного содержания и ценностной оценки на всех этапах реализации проекта - от концепции проекта до его окончательного результата и дальнейшей деятельности. Стоит обратить внимание на ценность, которая проявляется при реализации социального проекта. Поэтому желательно различать ценность создания проекта и ценность продукта проекта. В таком контексте необходимо охватить всех участников социального проекта - от заказчика до потребителя [3, с. 97].

Для понимания ценности социального проекта важно принимать следующие аспекты, на основе которых она формируется:

- для большой группы заинтересованных потребителей ценность обеспечивается тем, что характеристики продукта социального проекта соответствуют их потребностям и ожиданиям, которые вполне корректно отвечают за их удовлетворенность;

- для заказчика, инициатора, руководителя проекта, его команды и инвесторов, все составляющие проекта определяют его ценность;

- поставщики и подрядчики проводят понимание ценности при создании проектного продукта через ряд классических критериев оценки проекта, а также накопления опыта с целью долгосрочного сотрудничества;

- для окружающих, кто напрямую не входит в число заинтересованных потребителей, ценным является получение определенного результата при использовании продукта социального проекта впоследствии, по итогам постепенного приобщения к проекту;

- кроме того, ценность социального проекта реализуется в течение исполнения процессов управления этим проектом, что влияет на определении базовых параметров (время, объем, стоимость работ, качественная оценка), использование продукта, полученного по итогам реализации проекта, а также выявляется в долгосрочной реализации в процессе использования его результатов.

В соответствии с мнением М.Б. Табачниковой, при классификации видов ценности необходимо учитывать, что появляются они в зависимости от всех этапов реализации проекта - от самого начала (концепции) до результатов использования полученными итогами проекта. Однако эти ценности могут претерпевать определенные трансформации и должны находиться под постоянным контролем в течение всего жизненного цикла проекта [4, с. 35].

Формирование ценности проекта происходит поэтапно, включая:

1) ценность инициирования проекта заключается в подтверждении его осуществимости, актуальности и необходимости, описании всех вероятных ожиданий заинтересованных сторон и возможности прогнозирования конкурентных преимуществ от реализации проекта;

2) ценность этапов планирования и реализации выражается в учете всех затрат проекта, как очевидных, так и скрытых; выявлении всех временных, и качественных характеристик социального проекта; а также наличие основы для достижения желаемых результатов проекта и прогнозирования возможных последствий проекта с получением запланированного продукта проекта надлежащего качества, количества, в рамках бюджета и в срок;

3) ценность завершения проекта складывается из опыта управления проектами;

4) ценность послепроектного периода относится к процессу окончательной генерации ценности проекта для удовлетворения соответствующих ожиданий потребителей, инициаторов, инвесторов и прочих лиц.

Ж.В. Брюхова отмечает, что при осуществлении управления социальным проектом, описанные ценностные характеристики будут отражать индивидуальные ожидания различных сторон, участвующих в проекте. Для руководителя проекта и членов проектной группы ценность заключается в аккумулировании опыта, получения на практике необходимых знаний и умений, особенно в разрезе их междисциплинарных стыков, возможностях карьерного роста, а также построения профессиональных взаимосвязей. В понимании поставщика ценность проявляется в получении заказов и поддержании деловых отношений в текущий период и с перспективой будущего сотрудничества. Для потребителей и прочих лиц ценность - это продукт и итоговые результаты реализованного проекта, которые отвечают потребностям всех вовлеченных сторон [2, с. 41].

Кроме того, необходимо отметить, что ценность проекта может затронуть определенное лицо (заказчика), определенную группу людей (членов проектной команды) или представителей социума в общей совокупности (различные заинтересованные стороны). В будущем это может иметь определенные последствия для деятельности организаций, которые, в свою очередь, формируют изменения в секторах экономики как на государственном уровне, так и в системе различных межгосударственных отношений (имеется в виду глобальный контекст).

Таким образом, в теории управления проектами периодические изменения связаны с требованиями практики их применения, они же несут ответственность за расширение критериев оценки успешности проекта, особенно если это касается социальных проектов. Получается, что формирование ценности проекта – это один из критериев, который наряду с существующими говорит об успешности итоговой реализации социального проекта. По этой причине подходы к установленным принципам управления проектами, а также анализ существующих разработок в управлении стоимостью проектов периодически требуют уточнения и пересмотра.

Подводя итоги, следует отметить, что социальные проекты и их итоги имеют несколько иную, чем обычно оценку их эффективности. Если обычные проекты завязаны на итоговые цифры окупаемости после начала деятельности, то в случае с социальными проектами, которые по своей сути редко ступают на тропу прибыльности, важным аспектом является формирование общей ценности проекта и полезности как для инициаторов и заинтересованных лиц, так и всего социума в целом. При этом, формирование ценности происходит в течение всех этапов проектной деятельности (от инициации до завершения), а также охватывает всю деятельность постпроектного периода.

Список использованной литературы:

1. Федорова Н.В. Подходы к оценке ценности социального проекта // Знание. Понимание. Умение. 2019. № 1. С. 192 - 200.
2. Брюхова Ж.В. Оценка качества социального проекта // Проблемы современной науки и образования. 2017. № 23 (105). С. 39-42.
3. Луков В.А. Социальное проектирование. Изд-во МГУ: 2015. 240 с.
4. Табачникова М.Б. Социальный проект как система // Вестник ВГУ. Серия «Экономика и управление». 2016. № 1. С. 30-36.