

Пошук ідеї



Озирніться навколо. Пройдіться по місту. Поговоріть з друзями і близькими. На що вони скаржаться, про що мріють? Придивіться до мам із дітьми і людей похилого віку — зазвичай міське середовище створює найбільше труднощів саме для них.

Подумайте про те, що близько саме вам, у чому ви компетентні, на чому добре знаєтеся. Адже вам потрібно буде не тільки подати ідею, а й обґрунтувати і скласти її бюджет.

Назва проєкту

Сформулюйте її коротко і чітко. Назва має містити не більше 6–8 слів. Не потрібно описувати суть проєкту, дайте якийсь тег, ідею. Це саме те, що побачать люди в першу чергу, те, що їх має зацікавити читати про проєкт далі.

Зосередьтеся на об'єкті, який має бути створений. Назва повинна містити вказівку щодо того, який саме об'єкт буде створений або змінений, що саме буде реалізовано.

Будьте конкретні. Вкажіть який саме сквер, свято, будинок, послугу для громадян ви хочете створити / модернізувати.

Приклади вдалих назв: «Допоможи дитині побачити світ», «Закохані ліхтарі», «Кінотеатр під відкритим небом».

Погана назва може бути:

- а) занадто довгою,
- б) занадто бюрократичною,
- в) не мати вказівки на конкретний предмет / об'єкт.



Приклад невдалої назви: «Капітальний ремонт дороги по тупіку Воронцовському, провулку Воронцовському, м.Кропивницький».

Вид проєкту

МАЛИЙ ПРОЄКТ – до 300 000,00 грн;

СОЦІАЛЬНИЙ ПРОЄКТ - до 300 000,00 грн.



Місце реалізації проєкту



Вкажіть точно і чітко, де повинен бути реалізований проєкт. Уточніть мікрорайон, якщо це можливо, а також точну адресу, якщо результат проєкту буде прив'язаний до якогось конкретного будинку (наприклад сквер перед будинком) і його назву, якщо це якась установа (школа, садок, лікарня, бібліотека тощо).

Опис та обґрунтування необхідності реалізації проєкту

Вкажіть коротко в чому полягає проблема чи потреба, чому є необхідність в реалізації, до чого призведе нереалізація вашого проєкту (напр.: дітям не буде де гратися). Які існують тренди і передумови, що формують цю необхідність.

Додайте, що ця проблема значить для вас, ваших близьких і знайомих, що зміниться, якщо ця проблема вирішиться.

Орієнтовна вартість (кошторис) проєкту

Вкажіть розмір загального бюджету проєкту, розрахований вами в гривнях. Статтями витрат можуть бути не тільки матеріали, але і роботи пов'язані з доставкою, зборкою, попередньою підготовкою, обмірами. Вкажіть, чи необхідна розробка технічної документації. Не забудьте про витрати, пов'язані з просуванням (особливо для проєктів в області міських свят тощо).

У списку матеріалів не пропустіть витратні матеріали, різні дрібниці і речі, які на перший погляд не вимагають витрат (саджанці квітів для клумби, наприклад).

Далі оцініть, який обсяг кожного ресурсу необхідний (штук, кг, м, годин). Зберіть інформацію про вартість одиниці необхідних ресурсів. Використовуйте інтернет-довідники. Записуйте роздрібні ціни, не намагайтеся розрахувати величину знижки за обсяг або тендерні ціни.

Додайте отриманий файл до проєктної заявки.



Кількість і список жителів, які підписалися за проєкт

Збери 15 голосів на підтримку свого проєкту.

Коли необхідну кількість підписів отримано, відскануйте / сфотографуйте заповнений бланк і додайте його до проєктної заявки.



Фото, схеми, креслення

Ви можете додати до проєктної заявки файли, що пояснюють вашу ідею. Це може бути зображення карти з нанесеною на неї ділянкою, де планується розміщення, схема, креслення створюваного об'єкта, фірмовий стиль проєкту, презентація, опис схожих рішень, фото аналогів. Допустимі формати файлів: doc, docx, xls, xlsx, ppt, pptx, jpg, gif, png, pdf, txt.



Максимальний обсяг кожного файлу - до 10 Мб.

Як привернути увагу більшої кількості людей до вашого проєкту

- Надавайте повний опис. Люди більш активно голосують за проєкт, якщо розуміють, на кого і як він вплине.
- Розкажіть, що станеться, якщо ваш проєкт буде реалізований і якщо не буде. Поясніть, чому пропонуване вами рішення - найкраще з можливих.
- Зробіть текст особистим. Люди більш охоче підтримають вас, якщо будуть розуміти, чому для вас це важливо.
- Розповідайте про проєкт. Проведіть промо-кампанію проєкту серед своїх друзів, сусідів, підписників і друзів в соціальних мережах.

