**Заключительный отчет
по итогам реализации социального проекта**

1. Полное наименование неправительственной организации: **Региональное общественное объединение «Сергали-Туркестан»**
2. Фамилия, имя, отчество (при наличии) руководителя неправительственной организации: **Усманова Шолпан Абдыфаритовна**
3. Юридический адрес, контактный телефон: **г.Шымкент, район Каратау, жилой массив Тассай, улица Белкуль, дом 15А, 87754071012**
4. Наименование социального проекта, социальной программы в рамках реализации гранта (направление): **Организация проекта «Институт семьи» по укреплению семейных ценностей среди молодежи**
5. Дата начала и окончания периода реализации социального проекта и/или социальной программы: **июль-ноябрь 2024 года**
6. Общая сумма средств, выделенная на реализацию гранта: **5 500 000 (пять миллионов пятьсот тысяч) тенге**

1. Опишите мероприятия в рамках социального проекта

Задача 1. Организация образовательных мероприятий по пропаганде семейных ценностей и предупреждению разводов с участием экспертов для молодежи города Шымкент

Мероприятие 1. Организация 10 семинар-тренингов в рамках проекта с участием экспертов для не менее 600 молодежи

С сентября по ноябрь 2024 года в ССУЗах города Шымкент проведено 10 семинар-тренингов для молодежи с участием экспертов, в которых приняли участие 615 человек.

Семинар-тренинги проводили эксперты, которые делились профессиональными знаниями и опытом по тематике семейных ценностей и профилактики разводов:

- 1) Асанова Салтанат Сайлаукызы - практический психолог, PhD doctor philosophy. Сертифицированный гештальт-терапевт в соответствии со стандартами EAGT (Европейской Ассоциации гештальт-терапевтов). Тренер-ассистент 2 ступени МИГиП. Детский и подростковый психолог. Гештальт - терапевт по работе с травмой и с кризисами. Арт терапевт. Психолог религиовед. Эксперт Союза психологов Казахстана.
- 2) Копбергенова Динара Усеновна – педагог-психолог, практик психолог, консультант психолог. Член Ассоциации психологов Казахстана. Член Союз психологов Казахстана.

Подготовлены и размещены 2 публикации в СМИ, а также 10 пресс-релизов. Проведен анализ результатов пре- и пост-тестирования участников, что позволило оценить эффективность тренингов. Для реализации проекта направлены письма в учебные заведения, что обеспечило высокую посещаемость.

Публикации о семинарах размещены в социальных сетях, по 10 материалов в каждой платформе, что обеспечило широкий охват. Собирается журнал регистрации участников, а также подготовлены протоколы каждого мероприятия.

Составлен фотоотчет с не менее 5 фотографиями с каждого семинара и проведена видеосъемка мероприятий, по одному видео с каждого тренинга.

Мероприятие 2. Организация 10 встреч «Совет мальчиков», 10 встреч «Совет девочек» в высших и средних специальных учебных заведениях с участием специалистов-медиаторов, психологов

С сентября по ноябрь 2024 года в ССУЗах города Шымкент организованы и проведены 10 встреч «Совет мальчиков» и 10 встреч «Совет девочек». Общая программа мероприятий на казахском и русском языках была согласована с заказчиком и реализована в полном объеме.

Общее количество участников составило 2 031 человек, что подтверждено журналами регистрации участников. Встречи проводились с участием 3 привлеченных специалистов — медиаторов и психологов:

- 1) Асанова Салтанат Сайлауқызы - практический психолог, PhD doctor philosophy. Сертифицированный гештальт-терапевт в соответствии со стандартами EAGT (Европейской Ассоциации гештальт-терапевтов). Тренер-ассистент 2 ступени МИГиП. Детский и подростковый психолог. Гештальт - терапевт по работе с травмой и с кризисами. Арт терапевт. Психолог религиовед. Эксперт Союза психологов Казахстана.
- 2) Копбергенова Динара Усеновна – педагог-психолог, практик психолог, консультант психолог. Член Ассоциации психологов Казахстана. Член Союз психологов Казахстана.
- 3) Акшегирова Лаура Муратовна - Медиативный эксперт и специалист в области права, активист. Он участвует в проведении образовательных программ по медиации и правовым вопросам, в том числе в рамках курсов повышения квалификации для юристов и медиаторов. Также он является частью команды Национального центра практикующих юристов (НЦПЮ) и других юридических организаций, где обучает и консультирует по вопросам разрешения конфликтов и медиативных процедур.

Проведены публикации в СМИ (2 статьи) и направлены письма в уполномоченные органы и учебные заведения для организации мероприятий. Подготовлены и опубликованы 20 публикаций в социальных сетях (по 10 в каждой платформе), что позволило привлечь дополнительное внимание к проекту.

Создан фотоотчет с не менее 5 фотографиями с каждого мероприятия и проведена видеосъемка (по одному видеоролику с каждого события). Подготовлены протоколы мероприятий, а также пресс-релизы для информирования широкой аудитории.

Задача 2. Организация информационно-разъяснительной работы по пропаганде семейных ценностей среди молодежи

Мероприятие 1. Создание не менее 2 видеороликов, посвященных семейным ценностям, предупреждению разводов с дальнейшим распространением на телевидении сроком не менее 1 месяца.

В рамках проекта подготовлены 2 видеоролика, посвященные укреплению семейных ценностей и профилактике разводов:

- 1) Первый видеоролик под названием «**Отан-отбасынан басталады**» подчеркивает, что семья – основа общества, где отец – опора, а мать – хранительница семейного очага. Раскрывается роль воспитания через традиционные ценности, взаимоуважение и ответственность родителей. Уделено внимание сохранению преемственности поколений и важности семейных принципов. Ролик донёс до зрителей значимость семьи в формировании будущего нации.
- 2) Второй видеоролик «**Отбасы құндылықтарының бала тәрбиесіндегі рөлі**» акцентирует внимание на любви, заботе и поддержке как основе крепкой семьи. Сохранение семейных традиций представлено как обязанность каждого гражданина, влияющая на воспитание гармоничного и образованного поколения. Ролик показал ключевую роль семейных ценностей в воспитании и укреплении духовных основ общества.

Оба видеоролика направлены на популяризацию семейных ценностей, укрепление традиций и воспитание молодого поколения на основе национальных и духовных ориентиров. Они успешно доносят до зрителя важные воспитательные и нравственные идеи. Видеоролики были подготовлены на казахском языке и размещены в телеканале «ONTUSTIK» в течении 1 месяца. Размещение роликов на телеканале «ONTUSTIK» обеспечило широкий охват аудитории и повышение интереса к вопросам воспитания, укрепления семьи и профилактики разводов.

Мероприятие 2. Создание и ведение серий программ в социальных сетях, состоящие из 4 коротких видеороликов и 4 подкастов, рассказывающих о семейных ценностях и преодолении трудностей в отношениях

Созданы и опубликованы 4 видеоролика и 4 подкаста, посвященные семейным ценностям и преодолению трудностей в отношениях. Все материалы подготовлены на основе согласованных с Заказчиком сценариев. Общий охват просмотров видеороликов и подкастов составил более 50 000. Распространение материалов велось в 4 социальных сетях: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok. В рамках проекта привлечено 4 экспертов, включая семейных психологов и специалистов по семейным отношениям, а также 4 гостей, которые приняли участие в подкастах. В СМИ опубликована 1 статья, освещающая тему семейных ценностей и проекта. Подготовлен фотоотчет процесса съемки видеороликов и записи подкастов.

Задача 3. Изготовление наглядных информационно-образовательных материалов о семейных ценностях и профилактике разводов

Мероприятие 1. Изготовление тематических информационных листовок на государственном и русском языках (о семейных ценностях - 1000 экз., о профилактике разводов – 1000 экз.) и тематических информационных буклетов на государственном и русском языках (о семейных ценностях - 1000 экз., о профилактике разводов – 1000 экз.);

Изготовлены тематические информационно-образовательные материалы, листовки и буклеты на государственном и русском языках о семейных ценностях и о профилактике разводов:

- 1) Буклет А4: Отбасы құндылықтары – қоғамның құрамдас бөлігі/ Семейные ценности — основная составляющая общества;
- 2) Буклет А4: Неке және отбасы/Брак и семья

- 3) Листовка А5: Отбасы құндылықтары – қоғамның құрамдас бөлігі/ Семейные ценности — основная составляющая общества;
- 4) Листовка А5: Неке және отбасы (Ажырасудың алдын алу: жас. отбасыларға арналған кеңестер) /Брак и семья (Предотвращение разводов: советы молодым семьям)

Листовки и буклеты содержат краткую информацию о значении семейных ценностей, взаимоуважения, любви и поддержки, а также рекомендации по укреплению семьи. Целевая аудитория – семейные пары, молодёжь, родители и широкая общественность. Материалы направлены на популяризацию семейных ценностей, профилактику разводов и повышение осведомлённости граждан. Информационно-образовательные материалы были распространены среди целевой группы во время тренингов и встреч «Совет мальчиков» и «Совет девочек», а так же в местных учреждениях, центры социальной поддержки, образовательных учреждениях и публичных местах.

Мероприятие 2. Изготовление тематических баннеров в 4-х экземплярах на центральные улицы города сроком не менее одного месяца

В рамках выполнения задания были изготовлены 4 экземпляра согласованных с заказчиком тематических баннеров, посвященных семейным ценностям и профилактике разводов:

- 1) Бақытты отбасы – бақытты қоғамнан құрылады
- 2) Бақытты отбасы – әр отбасы мүшелерінің бір біріне деген кіршіксіз махаббатына ие түсінік
- 3) Әрбір шаңырақ ұрпақты болсын, ырысты болсын, ырысы жұртқа жұғысты болсын!
- 4) Ұрпақ тәрбиесі – отбасы құндылықтарынан басталады!

Баннеры были размещены на лэд экранях в центральных улицах города Шымкент:

- 5) Пересечение улиц бульвар Кунаева и Тауке хана
- 6) Пересечение улиц Рыскулова и Адырбекова
- 7) Пересечение улиц Тауке хана и Байтурсынова
- 8) Пересечение улиц Бейбитшилик и проспекта Республики

Баннеры были размещены на срок один месяц. Осуществлялся мониторинг эффективности размещения, включая оценку привлечения внимания прохожих. Сделано не менее 10 фотографий баннеров в разных локациях и в разные моменты времени, подтверждающих их размещение и состояние. Также проведена видеосъемка и мониторинг их воздействия на аудиторию. Все баннеры были изготовлены, размещены и отслежено их воздействие в соответствии с установленными требованиями.

Задача 4. Обеспечение качественной фото и видео съемки всех мероприятий, проводимых в рамках проекта.

Мероприятие 1. Организация фото и видео съемки каждого мероприятия.

Организована фото- и видеосъемка всех мероприятий. Создан фотоальбом, включающий не менее 60 фотографий с каждого мероприятия, которые отражают ключевые моменты, участников и атмосферу событий. Проведена видеосъемка мероприятий, каждая запись имеет продолжительность не менее 30 секунд.

Итоговая публичная презентация результатов проекта в соответствии с условиями договора

Мероприятие 1. Проведение итоговой публичной презентации проекта

Проведена итоговая публичная презентация проекта, на которой были представлены основные результаты и достижения. Подготовлен и предоставлен заказчику итоговый отчет с анализом выполненной работы. Размещена публикация в социальных сетях, отражающая ключевые моменты презентации и достигнутые результаты, что способствует увеличению охвата аудитории и популяризации проекта.

Информационная работа о ходе реализации проекта в соответствии с условиями договора

Мероприятие 1. Систематическое размещение информации с целью информирования широкой аудитории о реализации проекта

С июля по ноябрь 2024 года проведено систематическое информирование широкой аудитории о реализации проекта через социальные сети Instagram и Facebook, а также интернет-СМИ. Размещено более 20 публикаций, включая пресс-анонсы о начале, ходе реализации и итогах проекта. Подготовлены и опубликованы не менее трех материалов в печатных и онлайн-СМИ, что обеспечило не менее 5 000 просмотров. Информация о проекте привлекла внимание широкой аудитории, достигнув установленной цели по охвату и вовлечению.

Заполните таблицу и сравните полученные результаты с запланированными результатами:

Цель проекта:		Формирование устойчивых традиционных семейных ценностей у современной молодежи за счет повышения грамотности в области семейных отношений, пропаганда семейных ценностей и предупреждению разводов							
Достигнутый результат от реализации проекта:		1) Организованы 10 семинар-тренингов в рамках проекта с участием экспертов для молодежи города Шымкент, охватом – 615 человек 2) Организованы 10 встреч «Совет мальчиков», 10 встреч «Совет девочек» в высших и средних специальных учебных заведениях с участием специалистов-медиаторов, психологов с охватом 2 031 человек; 3) Проведена информационно-разъяснительная работа по пропаганде семейных ценностей среди молодежи 4) Изготовлены тематические информационные листовки на государственном и русском языках (о семейных ценностях - 1000 экз., о профилактике разводов – 1000 экз.) и тематические информационные буклеты на государственном и русском языках (о семейных ценностях - 1000 экз., о профилактике разводов – 1000 экз.); 5) Изготовлены тематические баннера в 4-х экземплярах на центральных улицах города сроком один месяц; 6) Созданы 2 видеоролика, посвященных семейным ценностям, предупреждению разводов с дальнейшим распространением на телевидении в течении 1 месяца. 7) Создана серия программ в социальных сетях (в количестве 4 коротких роликов и 4 подкастов), рассказывающих о семейных ценностях и преодолении трудностей в отношениях 8) Организованы фото и видео съемки каждого мероприятия.							
Задача	Мероприятие в рамках задачи	Дата проведения	Место проведения	Кол-во участников	Краткосрочные достигнутые результаты (к мероприятиям)	Количественные и качественные показатели	Индикаторы		Результаты/эффект в долгосрочной перспективе (к задачам)
							план	факт	

Задача 1. Организация образовательных мероприятий по пропаганде семейных ценностей и предупреждению разводов с участием экспертов для молодежи и города Шымкента	Организация 10 семинар-тренингов в рамках проекта с участием экспертов для не менее 600 молодежи	Сентябрь-ноябрь 2024 года	ССУЗы города Шымкент	615	С сентября по ноябрь 2024 года в ССУЗах города Шымкент проведено 10 семинар-тренингов для молодежи с участием экспертов, в которых приняли участие 615 человек. На каждом семинаре участвовали эксперты, которые делились профессиональными знаниями и опытом по тематике семейных ценностей и профилактики разводов. Для реализации проекта направлены письма в учебные заведения, что обеспечило	Согласованная с Заказчиком программа семинар-тренингов на каз/рус языках	10	10	Долгосрочный эффект от проведения семинар-тренингов заключается в формировании у молодежи осознанного понимания семейных ценностей, важности взаимоуважения и профилактики разводов. Участники получили знания и навыки, которые могут способствовать построению крепких семейных отношений в будущем. Распространение информации через социальные сети и СМИ создало общественный резонанс, повысило интерес к теме и привлекло внимание к проблемам семьи и брака.
						Согласованный с Заказчиком список экспертов с информацией	1	1	
						Материалы тренингов	10	10	
						Количество привлеченных экспертов	не менее 10	10	
						Количество привлеченной молодежи	не менее 600	615	
						Письма в учебные заведения	не менее 10	10	
						Публикации в СМИ	2	2	
Пресс-релиз	10	10							
Журнал регистрации участников семинара	1 с каждого семинара	1 с каждого семинара							

				<p>высокую посещаемость.</p> <p>Подготовлены и размещены 2 публикации в СМИ, а также 10 пресс-релизов. Проведен анализ результатов пре- и пост-тестирования участников, что позволило оценить эффективность тренингов.</p> <p>Публикации о семинарах размещены в социальных сетях, по 10 материалов в каждой платформе, что обеспечило широкий охват. Собран журнал регистрации участников, а также подготовлены протоколы</p>	<p>Протокол</p> <p>Анализ пре пост тестирования</p> <p>Согласованный с заказчиком дизайн брендированной продукции (блокноты, баннер, сертификаты)</p> <p>Публикации в соц.сети</p> <p>Фотоотчет</p> <p>Видеосъемка</p>	<p>10</p> <p>40</p> <p>1</p> <p>10 в каждой соц.сети</p> <p>не менее 5 фото с каждого семинара</p> <p>1 с каждого семинара</p>	<p>семинара</p> <p>10</p> <p>40</p> <p>1</p> <p>10 в каждой соц.сети</p> <p>5 фото с каждого семинара</p> <p>1 с каждого семинара</p>	<p>Мероприятия укрепили сотрудничество между учебными заведениями, экспертами и организаторами, заложив основу для дальнейших образовательных и просветительских инициатив в данном направлении.</p>
--	--	--	--	--	--	--	---	--

					каждого мероприятия. Составлен фотоотчет с не менее 5 фотографиями с каждого семинара и проведена видеосъемка мероприятий, по одному видео с каждого тренинга.				
	Организация 10 встреч «Совет мальчиков», 10 встреч «Совет девочек» в высших и средних специальных учебных заведениях с участием специалистов в-медиаторов, психологов	Сентябрь-ноябрь 2024 года	ССУЗы города Шымкент	2 031	С сентября по ноябрь 2024 года в ССУЗах города Шымкент организованы и проведены 10 встреч «Совет мальчиков» и 10 встреч «Совет девочек». Общее количество участников составило 2 031 человек, что подтверждено журналами регистрации участников.	Организация и проведение встречи «Совет мальчиков» Организация и проведение встречи встречи «Совет девочек» Согласованная с Заказчиком программа встреч на каз/рус языках Пресс-релиз Количество участников	10 10 2 2	10 10 2 2	Долгосрочный эффект от проведения встреч «Совет мальчиков» и «Совет девочек» заключается в формировании у молодежи осознанного отношения к семейным ценностям, уважению и поддержке внутри семьи. Благодаря участию медиаторов и психологов, участники получили знания и
							не менее 2 000	2 031	

				<p>Встречи проводились с участием 3 привлеченных специалистов — медиаторов и психологов.</p> <p>Проведены публикации в СМИ (2 статьи) и направлены письма в уполномоченные органы и учебные заведения для организации мероприятий. Подготовлены и опубликованы 20 публикаций в социальных сетях (по 10 в каждой платформе), что позволило привлечь дополнительное внимание к проекту.</p> <p>Создан фотоотчет с не менее 5</p>	<p>Журнал регистрации участников</p> <p>Публикации в СМИ</p> <p>Письма в уполномоченные органы (высшие, средне-специальные учебные заведения)</p> <p>Согласованный с Заказчиком список специалистов-медиаторов, психологов с информацией</p> <p>Количество привлеченных специалистов-медиаторов, психологов</p> <p>Протокол</p> <p>Публикации в соц.сети</p>	<p>1 с каждого мероприятия</p> <p>1</p> <p>не менее 5</p> <p>1</p> <p>не менее 2</p> <p>20</p> <p>10 в каждой</p>	<p>1 с каждого мероприятия</p> <p>1</p> <p>5</p> <p>1</p> <p>3</p> <p>20</p> <p>10 в каждой</p>	<p>практические советы по разрешению конфликтов, построению гармоничных отношений и предотвращению разводов в будущем.</p> <p>Мероприятия способствовали развитию культуры диалога среди молодежи и укреплению связи между образовательными учреждениями и экспертным сообществом. Публикации в СМИ и социальных сетях обеспечили широкий охват темы, способствуя дальнейшему обсуждению проблем семейных ценностей в обществе. Эти встречи стали основой для систематической</p>
--	--	--	--	--	--	---	---	---

					фотографиями с каждого мероприятия и проведена видеосъемка (по одному видеоролику с каждого события). Подготовлены протоколы мероприятий, а также пресс-релизы для информирования широкой аудитории.	Фотоотчет Видеосъемка	соц. сети не менее 5 фото с каждого	соц. сети 5 фото с каждого	работы с молодежью и реализации новых образовательных программ, направленных на укрепление института семьи.
Задача 2. Организация информационно-разъяснительной работы по пропаганде семейных ценностей среди молодежи	Создание не менее 2 видеороликов, посвященных семейным ценностям, предупреждению разводов с дальнейшим распространением на телевидении сроком не менее 1 месяца.	Август-ноябрь 2024 года	г.Шымкент, телеканал ONTUSTIK (Казахстан-Шымкент)	Более 6 000 просмотров	В рамках проекта подготовлены 2 видеоролика, посвященные укреплению семейных ценностей и профилактике разводов: 1)«Отан-отбасынан басталады» - продолжительность 83секунды, 2)«Отбасы құндылықтарын	Согласованный с Заказчиком сценарий видеороликов Согласованный с Заказчиком видеоролики, посвященные семейным ценностям, предупреждению разводов Количество привлеченных телеканалов	2 2 1	2 2 1	Ролики способствуют укреплению семейных устоев, формируя позитивное отношение к семье и её роли в воспитании поколений. Они помогают профилактике разводов, транслируя идеи взаимопонимания, уважения и ответственности в браке. Молодёжь

				<p>ың бала тәрбиесіндегі рөлі» - продолжительность 81 секунды.</p> <p>Оба видеоролика направлены на популяризацию семейных ценностей, укрепление традиций и воспитание молодого поколения на основе национальных и духовных ориентиров. Они успешно доносят до зрителя важные воспитательные и нравственные идеи. Видеоролики были подготовлены на казахском языке и размещены в телеканале «ONTUSTIK» в течении 1 месяца.</p>	<p>Срок распространения на телевидении</p> <p>Количество привлеченных партнеров с телевизионными каналами и рекламными блоками популярных программ и передач</p> <p>Эфирная справка</p> <p>Медиа план</p> <p>Онлайн-платформа для просмотра видеороликов</p> <p>Охват просмотра</p> <p>Мониторинг сбора обратной связи от зрителей</p> <p>Публикации в соц.сети</p>	<p>1 месяц</p> <p>не менее 3</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>не менее 3000 на каждый видеоролик</p> <p>1</p> <p>1</p>	<p>1 месяц</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>3000 на каждый видеоролик</p> <p>1</p> <p>2 в каждой</p>	<p>усваивает национальные и духовные ценности, что укрепляет семейные традиции и уважение к ним. Размещение роликов на казахском языке способствует сохранению культурных традиций и национальной идентичности.</p>
--	--	--	--	--	---	---	---	---

						Фотоотчет	2 в каждой соц.сети	соц.сети	
						Видеосъемка	не менее 10	не менее 10	
						Ссылки на публикации видеороликов на телеканале, рекламных блоках и онлайн-платформе	1	5	
							не менее 5		
Создание и ведение серий программ в социальных сетях, состоящие из 4 коротких видеороликов и 4 подкастов, рассказывающих о семейных ценностях и преодолении трудностей в отношениях	Июль – ноябрь 2024 года	г.Шымкент	Более 50 000 человек	Созданы и опубликованы 4 видеоролика и 4 подкаста, посвященные семейным ценностям и преодолению трудностей в отношениях. Все материалы подготовлены на основе согласованных с Заказчиком сценариев. Общий охват просмотров видеороликов и	Согласованный с Заказчиком сценарий видеороликов	4	4	4	Видеоролики и подкасты формируют устойчивое понимание важности семейных ценностей и гармоничных отношений. Они способствуют снижению конфликтов и разводов, воспитывают молодёжь в духе уважения и ответственности, укрепляют национальные
					Согласованный с Заказчиком сценарий подкастов	4	4	4	
					Общий охват просмотра видеороликов и подкастов	не менее 48.000	50 000		
					Количество социальных сетей для распространения	4 (Facebook)	4		

				<p>подкастов составил более 50 000. Распространение материалов велось в 4 социальных сетях: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok. В рамках проекта привлечено 4 экспертов, включая семейных психологов и специалистов по семейным отношениям, а также 4 гостей, которые приняли участие в подкастах. В СМИ опубликована 1 статья, освещающая тему семейных ценностей и проекта. Подготовлен фотоотчет процесса съемки видеороликов и</p>	<p>Публикации в СМИ</p> <p>Список привлеченных экспертов с информацией</p> <p>Количество привлеченных экспертов</p> <p>Количество привлеченных гостей</p> <p>Публикации в соц.сети</p> <p>Фотоотчет процесса снятия видеороликов и записи подкастов</p> <p>Видеосъемка</p>	<p>Instagram Youtube Tik Tok)</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>не менее 4</p> <p>10</p> <p>1 видео</p>	<p>1</p> <p>1</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>8</p> <p>10</p> <p>1 видео</p>	<p>традиции и повышают осведомлённость в обществе. Материалы продолжают оказывать положительное влияние, стимулируя построение крепких семей и сохранение культурных основ нации.</p>
--	--	--	--	--	--	--	---	---

					<p>распространены среди целевой группы во время тренингов и встреч «Совет мальчиков» и «Совет девочек», а так же в местных учреждениях, центры социальной поддержки, образовательных учреждениях и публичных местах.</p>	<p>Создание информационного контента</p> <p>Каналы распространения</p>	<p>не менее 5 (местные учреждения, центры социальной поддержки, образовательные учреждения, мероприятия и публичные места)</p>	<p>5 (местные учреждения, центры социальной поддержки, образовательные учреждения, мероприятия и публичные места)</p>	<p>и поддержки в обществе, долгосрочное воздействие на целевую аудиторию, включая молодежь, семейные пары и родителей, а также создание основы для дальнейших инициатив, направленных на укрепление семейных ценностей и профилактику разводов.</p>
						<p>Публикации в соц.сетях</p>	<p>2 в каждой соц.сети</p>	<p>2 в каждой соц.сети</p>	
						<p>Фотоотчет</p>	<p>не менее 10</p>	<p>20</p>	
							<p>1</p>	<p>1</p>	

						Видеосъемка			
Изготовлен е тематическ х баннеров в 4-х экземплярах на центральные улицы города сроком не менее одного месяца	Июль- Ноябрь 2024 года	Центральны е улицы города Шымкент		В рамках выполнения задания были изготовлены 4 экземпляра согласованных с заказчиком тематических баннеров, посвященных семейным ценностям и профилактике разводов. Баннеры были размещены на лэд экранах центральных улицах города Шымкент. Баннеры были размещены на срок один месяц. Осуществлялся мониторинг эффективности размещения, включая оценку привлечения внимания прохожих. Сделано не менее 10 фотографий	Согласованный с Заказчиком тематический баннер	4	4	Долгосрочный эффект от размещения тематических баннеров заключается в повышении осведомленности о семейных ценностях и профилактике разводов среди широкой аудитории, включая молодежь, семейные пары и общественность. Регулярное визуальное воздействие баннеров способствует формированию устойчивых представлений о важности крепких семейных отношений, что может привести к снижению числа разводов. Кроме того, продолжительное размещение	
					Количество баннеров	4	4		
					Согласованный с Заказчиком список локаций города, для размещения баннеров	1	1		
					Подтверждающая справка с места размещения	4	4		
					Письма в уполномоченные органы	1	1		
					Срок размещения баннера на улицах города	не менее 1 месяца	1 месяца		
					Мониторинг эффективности в привлечении внимания прохожих	1	1		
Фотототчет									

					баннеров в разных локациях и в разные моменты времени, подтверждающих их размещение и состояние. Также проведена видеосъемка и мониторинг их воздействия на аудиторию. Все баннеры были изготовлены, размещены и отслежено их воздействие в соответствии с установленными требованиями.	Видеосъемка	не менее 10 фото 1	10 фото 4	баннеров на центральных улицах способствует увеличению обсуждаемости темы, улучшению общественного климата и усилению социальных программ, направленных на поддержку семей.
Задача 4. Обеспечение качественной фото и видеосъемки всех мероприятий, проводимых в	Организация фото и видеосъемки каждого мероприятия .	Июль-ноябрь 2024 года	г. Шымкент	2	Организована фото- и видеосъемка всех мероприятий. Создан фотоальбом, включающий не менее 60 фотографий с каждого мероприятия, которые отражают	Фото альбом Количество фотографий в фотоальбоме Видеосъемка	1 не менее 60 с каждого мероприятия 6	1 60 с каждого мероприятия 6	Долговременный эффект от организации фото- и видеосъемки мероприятий заключается в создании качественного визуального архива, который может использоваться для популяризации темы семейных

рамках проекта.					ключевые моменты, участников и атмосферу событий. Проведена видеосъемка мероприятий, каждая запись имеет продолжительность не менее 30 секунд.			ценностей и профилактики разводов. Фотографии и видео помогают укрепить эмоциональную связь аудитории с мероприятиями, способствуют увеличению их охвата через публикации в социальных сетях и других медиа, а также служат инструментом для вдохновения и мотивации будущих участников. Накопленные материалы создают основу для дальнейшей работы по формированию общественного мнения и поддержки программ, направленных на укрепление института семьи.
------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

<p>Итоговая публичная презентация результатов проекта в соответствии с условиями и договора</p>	<p>Полведение итоговой публичной презентации проекта</p>	<p>Ноябрь 2024 года</p>	<p>г.Шымкент</p>	<p>2</p>	<p>Проведена итоговая публичная презентация проекта, на которой были представлены основные результаты и достижения. Подготовлен и предоставлен заказчику итоговый отчет с анализом выполненной работы. Размещена публикация в социальных сетях, отражающая ключевые моменты презентации и достигнутые результаты, что способствует увеличению охвата аудитории и популяризации проекта.</p>	<p>Итоговая публичная презентация Итоговый отчет Публикации в соц.сети</p>	<p>1 1 1</p>	<p>1 1 1</p>	<p>Долгосрочный результат проведения итоговой публичной презентации проекта заключается в повышении информированности и широкой аудитории о его целях, достижениях и значимости. Это способствует укреплению общественной поддержки инициатив, направленных на популяризацию семейных ценностей и профилактику разводов. Публикация в социальных сетях расширяет охват, вдохновляет других на участие в подобных проектах и формирует положительный имидж организаторов,</p>
--	--	-------------------------	------------------	----------	---	--	----------------------	----------------------	--

									создавая основу для дальнейшего развития и реализации аналогичных инициатив.
Информационная работа о ходе реализации проекта в соответствии с условиями и договора	Систематическое размещение информации с целью информирования широкой аудитории о реализации проекта	Июль-ноябрь 2024 года	Социальные сети инстаграм и фейсбук Интернет СМИ	Более 5 000	С июля по ноябрь 2024 года проведено систематическое информирование широкой аудитории о реализации проекта через социальные сети Instagram и Facebook, а также интернет-СМИ. Размещено более 20 публикаций, включая пресс-анонсы о начале, ходе реализации и итогах проекта. Подготовлены и опубликованы не менее трех материалов в печатных и онлайн-СМИ, что обеспечило не менее 5 000	Публикации Пресс-анонс о начале, ходе реализации и итогах проекта Публикации в печатных и онлайн СМИ Просмотры	20 не менее 3 не менее 2 не менее 5 000	20 3 2 5 000	Долгосрочный эффект от систематического размещения информации о проекте заключается в формировании устойчивой осведомленности среди широкой аудитории о значимости семейных ценностей и профилактики разводов. Публикации в социальных сетях и СМИ способствуют укреплению интереса к теме, увеличению вовлеченности граждан и созданию позитивного общественного мнения. Эти

					просмотров. Информация о проекте привлекла внимание широкой аудитории, достигнув установленной цели по охвату и вовлечению.				действия создают основу для последующего масштабирования проекта, привлечения новых участников и поддержки инициатив, направленных на развитие института семьи и улучшение социальной стабильности.
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

Соответствие запланированных результатов полученным результатам/ обоснование отклонений от плана, если таковые имеются:

Все мероприятия, запланированные в рамках проекта, были реализованы в полном объеме и в соответствии с первоначальным планом. Не было отклонений от количества участников, содержания и формы мероприятий. Все запланированные тренинги, встречи, видеоролики, публикации и информационно-образовательные материалы были выполнены в соответствии с утвержденными программами и требованиями заказчика. Мероприятия прошли в нужных учебных заведениях, все публикации и видеоролики были размещены в установленные сроки, а фото- и видеосъемка, а также мониторинг эффективности проведенных мероприятий были осуществлены согласно плану.

Заполните таблицу, указав социально-экономический эффект социального проекта

	Индикатор	Единица измерения	Планируемый уровень	Фактический уровень
1.	Количество прямых бенефициаров	человек	2 600	2 646
2.	Количество косвенных бенефициаров (за счет освещения в СМИ)	человек	не менее 50 000	50 000
3.	Количество штатных работников	человек	3	3
4.	Количество привлеченных специалистов	человек	не менее 3	3
5.	Количество охваченных НПО	организация	не менее 2	2
6.	Фонд оплаты труда от общей суммы гранта	тенге	1 950 000	1 950 000
7.	Налоги (СН, СО, ОСМС только штатных сотрудников)	тенге	250 770	250 770

8.	Вклад в экономику (покупка товаров и услуг)	тенге	3 229 230	3 229 230
9.	Количество партнеров социального проекта (юридические и/или физические лица)	организация/человек	1	1

2. Достижение цели (описание фактов и указание аргументов о достижении цели): Цель проекта, направленная на пропаганду семейных ценностей и профилактику разводов среди молодежи города Шымкент, была успешно достигнута. Все запланированные мероприятия были проведены в соответствии с планом, что подтверждается выполнением следующих ключевых задач. Все мероприятия, проведенные в рамках проекта, способствовали повышению осведомленности молодежи и широкой общественности о значении семейных ценностей, профилактике разводов и укреплению семейных традиций, что является основным результатом работы проекта.

3. Измерение социальных и других изменений, произошедших по окончании и/или в течение реализации социального проекта (сравнить до проектную ситуацию и ситуацию на момент завершения проекта, степень решения проблем и задач в рамках проекта):

1) История успеха (Байбөрі Сымбат, контактные данные могут быть предоставлены по запросу):

Байбөрі Сымбат, студентка одного из колледжей города Шымкент, сталкивалась с трудностями в личных отношениях и семье. Она чувствовала недостаток знаний и уверенности в разрешении конфликтов в семье и часто переживала по поводу возможного развода родителей. Сымбат приняла участие в семинаре-тренинге по теме семейных ценностей и профилактики разводов, который проводился в ее учебном заведении. В ходе тренинга она получила полезные советы от экспертов, научилась применять техники разрешения конфликтов и повысила свою осведомленность о значении взаимоуважения и ответственности в отношениях. Через несколько недель Сымбат начала активно использовать полученные знания в общении с семьей, что позволило улучшить ее отношения с родителями. Она отметила, что благодаря проекту ее родители начали чаще обсуждать семейные вопросы и искать компромиссы, а она сама почувствовала большую уверенность в своих силах.

Отзыв: «Этот тренинг изменил мой взгляд на семейные отношения. Я научилась лучше понимать свою семью и себя. Теперь я уверена, что смогу строить гармоничные отношения, и мои родители тоже начали изменяться в лучшую сторону. Благодарю организаторов за такой важный опыт!»

2) История успеха (Гусейналиева Рамиля, контактные данные могут быть предоставлены по запросу):

Рамиля, 19 лет, студентка, столкнулась с проблемами в личных отношениях. Она выросла в многодетной семье, где часто происходили конфликты между родителями. Рамиля не знала, как создать здоровые отношения и всегда переживала по поводу возможных разногласий в своей будущей семье. Она не имела опыта, как решать конфликты без их усугубления. Рамиля приняла участие в тренинге по семейным ценностям и профилактике разводов, где она узнала о значении взаимного уважения, компромиссов и доверия в отношениях. Эксперты

обучили ее методам мирного разрешения конфликтов и управления эмоциями. Она также научилась ценить стабильность и поддерживать открытость в общении. Рамиля внедрила полученные знания в свою личную жизнь. Вскоре после тренинга она заметила, что ее отношения с близкими стали спокойнее, а в общении с друзьями и коллегами появилась уверенность. Теперь она уверена, что сможет строить гармоничные отношения, основанные на взаимном уважении и доверии.

Отзыв: «Этот тренинг стал настоящим открытием для меня. Я научилась смотреть на отношения с другой стороны, понимать, что важны не только чувства, но и общение и компромиссы. Теперь я уверена, что смогу построить счастливую семью и избежать ошибок, которые совершали мои родители!»

4. Статистическая информация в разрезе участников социального проекта (на момент предоставления программного промежуточного отчета):

Гендерный показатель:

Количество участников проекта всего	Мужчин	Женщин
2 646	1265	1381

Социальный статус по категориям:

Количество участников проекта всего	Дети (в том числе дети с инвалидностью)	Молодежь	Государственные служащие	Работники бюджетных организаций	Лица с инвалидностью	Люди старшего возраста (от 50 лет и старше), в т.ч.	Безработные	Представители общественных организаций	Представители бизнес-сектора	Другие категории
2 646	0	2646	0	0	0	0	0	0	0	0

Возрастной показатель:

Количество участников проекта всего	от 13-16 лет	17-22 года	23-27 лет	28-32 года	33-45 лет	46-58 лет	59 лет и выше
2 646	0	2155	491	0	0	0	0

5. Результаты социального проекта:

- *конкретные результаты, полученные в ходе реализации социального проекта указанными целевыми группами (с указанием количественных показателей, описанием качественных сдвигов):*
 - 1) В ходе реализации проекта проведено 10 семинаров-тренингов и 20 встреч (10 — для мальчиков и 10 — для девочек) с участием экспертов, охвачено более 2 646 человек.
 - 2) 2 видеоролика, посвященных семейным ценностям и профилактике разводов, размещены на телеканале «ONTUSTIK», что обеспечило широкий охват аудитории.
 - 3) Созданы и распространены 4 000 информационно-образовательных материалов (листовки и буклеты) на государственном и русском языках.
 - 4) 20 публикаций в социальных сетях и 2 статьи в СМИ, что способствовало повышению осведомленности и интереса к проблемам семейных ценностей и разводов.
 - 5) Включение в проект 3 профессиональных экспертов (психологов, медиаторов, тренеров), что обеспечило качественное и всестороннее влияние на целевую аудиторию.
 - 6) Созданы и размещены 4 тематических баннера, посвященных семейным ценностям и профилактике разводов, на центральных улицах города, что привлекло внимание прохожих и способствовало повышению информированности.
 - 7) Созданы и опубликованы 4 коротких видеоролика и 4 подкаста о семейных ценностях и преодолении трудностей в отношениях. Все материалы были распространены в социальных сетях, обеспечив более 50 000 просмотров.
- *долговременное влияние проекта на решаемую в ходе его реализации проблему (обоснование прогнозируемых позитивных/негативных изменений в той или иной сфере, вызванных проектом):*
 - 1) Прогнозируемые позитивные изменения включают более высокую степень осведомленности молодежи и семей о важности укрепления семейных ценностей, улучшение взаимопонимания в семьях и повышение уровня профилактики разводов.
 - 2) В дальнейшем ожидается снижение числа разводов среди молодежи, улучшение качества семейных отношений и повышение уровня социальной ответственности в области семьи и брака.
 - 3) Позитивное воздействие окажет на повышение общего уровня осведомленности о профилактике конфликтов и семейных кризисов, укрепляя моральные и духовные основы общества.
- *устойчивость социального проекта/социальной программы*
 - 1) Проект имеет высокую степень устойчивости, так как он охватывает длительные процессы образования и внедрения новых норм и ценностей, а также активно поддерживается образовательными и социальными учреждениями города.
 - 2) Ожидается, что реализация программы в будущем будет продолжаться, поскольку заинтересованность со стороны целевых групп и партнеров проекта была значительно выражена.
 - 3) С учетом успешной работы с различными целевыми аудиториями (молодежь, студенты, семейные пары) проект имеет потенциал для дальнейшего развития и распространения на другие регионы.

- *социально-экономический эффект реализованного проекта:*

- 1) Повышение качества жизни семей и молодежи, улучшение психологического климата в обществе, снижение уровня разводов, что ведет к стабилизации социального положения граждан.
- 2) Снижение затрат на лечение психоэмоциональных нарушений, связанных с семейными конфликтами и разводами.
- 3) Экономия средств на поддержку социальных программ для семей, что позволит выделить дополнительные ресурсы для других социальных инициатив.
- 4) В долгосрочной перспективе проект способствует улучшению социальной устойчивости и формированию положительного имиджа города как места, активно поддерживающего ценности семьи и стабильных отношений.

6. Анализ вклада партнеров (если есть), органов власти, структур, оказывавших поддержку в реализации социального проекта: насколько необходимым было их привлечение, каким образом это усилило социальный проект, какие уроки извлечены, каким образом планируется продолжить взаимодействие?

Управление образования города Шымкент сыграло немаловажную роль в реализации проекта, обеспечив доступ к целевой аудитории через учебные заведения. Без их поддержки проект не мог бы быть реализован на должном уровне. Они способствовали высокой посещаемости мероприятий, распространяя информацию и координируя организационные моменты, включая регистрацию участников. Мы извлекли важный урок о необходимости постоянной координации с партнерами и учета специфики каждого учебного заведения для адаптации программы. В будущем планируется расширение сотрудничества для внедрения программ в образовательные учреждения и совместная разработка новых курсов и тренингов.

Партнеры социального проекта

Организации, которые принимают непосредственное участие в реализации проекта, деятельность которых может отразиться на результатах проекта. К партнерам не относятся поставщики, оказывающие услуги по логистике, питанию, проезду и так далее.

Наименование организации /ФИО партнера	Роль в проекте	Контакты организации, партнера	Примечание
Управление образования города Шымкент	Координация и содействие в организации мероприятий в учебных заведениях, обеспечение доступа к целевой аудитории (молодежи), распространение информации о проекте в учебных учреждениях.	Оспанова Лаура Амангельдиевна (Главный специалист - Отдел технического и профессионального образования) +77072109505	Партнер обеспечил высокую посещаемость мероприятий и эффективную организацию в учебных заведениях.

Предложения для включения в перечень приоритетных направлений государственных грантов:

№	Сфера государственного гранта	Предлагаемое приоритетное направление государственного гранта	Краткое описание проблемы который должен решить реализация гранта	Объем финансирования (тысячи тенге)	Вид гранта	Ожидаемый результат
1	Организация проекта «Институт семьи» по укреплению семейных ценностей среди молодежи	Организация мероприятий по укреплению семейных ценностей среди молодежи	Проблема низкой осведомленности молодежи о значении семейных ценностей и высокие показатели разводов среди молодых семей	5000	Государственный грант	Проведение 10 семинаров и тренингов, создание видеороликов и информационных материалов, улучшение осведомленности молодежи о важности семьи и ценностей, снижение числа разводов среди молодых людей.

Укажите конкретные практические рекомендации по итогам реализации социального проекта для государственных органов.

Государственные органы	Рекомендации	Номер и дата письма о направлении выработанных рекомендаций (копии писем с приложениями необходимо предоставить с данным отчетом)
-		

Общее количество страниц отчета: _____

Председатель РОО «Сергали-Туркестан»

Усманова Ш.А.

Дата заполнения: 25 ноября 2024 года

Место печати