

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНО «Центр
инноваций социальной сферы
Нижегородской области»


Седых И.О.

«24» августа 2020 г.

ПОЛОЖЕНИЕ
О РЕГИОНАЛЬНОМ КОНКУРСЕ
ПОДДЕРЖКИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
И СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ
НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ
«ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ»
(далее - Положение)

Настоящее Положение определяет порядок организации и условия проведения Регионального конкурса «Взгляд в будущее» (далее – Конкурс), направленного на поддержку социальных предпринимателей и социально ориентированных некоммерческих организаций, реализующих проекты в социальной сфере на территории Нижегородской области.

1. Термины и понятия, используемые в Положении

Для целей настоящего Положения используются следующие основные понятия:

Участники Конкурса - социальные предприятия, субъекты малого и среднего предпринимательства и социально ориентированные некоммерческие организации, зарегистрированные и осуществляющие деятельность в сфере социального предпринимательства на территории Нижегородской области (далее - Участники).

Социальные предприятия * - субъекты малого и среднего предпринимательства, осуществляющие деятельность в сфере социального предпринимательства, решение, о признании которого социальным предприятием принято в соответствии с пунктом 2 приказа Министерства экономического развития Российской Федерации от 29.11.2019 года № 773 «Об утверждении Порядка признания субъекта малого или среднего предпринимательства социальным предприятием и Порядка формирования перечня субъектов малого и среднего предпринимательства, имеющих статус социального предприятия» *, сведения о которых внесены в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

Социальное предпринимательство – предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества и осуществляемая в соответствии с условиями, предусмотренными частью 1 статьи 24.1 Федерального Закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» от 24.07.2007 №209-ФЗ.

Субъекты малого и среднего предпринимательства * - хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными федеральным законом от 24.07.2007 г. №209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации", к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям, сведения о которых внесены в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства*, реализующие проекты в социальной сфере.

Социально ориентированные некоммерческие организации (далее - СО НКО) – некоммерческие организации, созданные в предусмотренных Федеральным законом от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» формах (за исключением государственных корпораций, государственных компаний, общественных объединений, являющихся политическими партиями) и осуществляющие деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации, а также виды деятельности, предусмотренные статьей 31.1 Федерального закона от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».

* Уточнить статус можно на официальном сайте Федеральной налоговой службы rmsp.nalog.ru

Конкурс – комплекс мероприятий по отбору социальных проектов с целью последующего бесплатного размещения наружной рекламы (макетов статичной рекламы и видеороликов) Победителей конкурса на рекламоносителях партнеров Конкурса.

Социальный проект – проект, реализуемый участниками Конкурса, направленный на достижение общественно полезных целей, способствующий решению социальных проблем граждан и общества.

Заявка – должным образом заполненная Участником Конкурса онлайн-форма на официальном сайте организатора Конкурса – cissno52.pф, содержащая информацию о реализуемом социальном проекте (Приложение 1).

Макет статичной рекламы – изображение, размещаемое на статичных рекламных щитах (билбордах), соответствующее техническим требованиям Положения (Приложение 2).

Видеоролик – короткий рекламный фильм, соответствующий техническим требованиям Положения (Приложение 2).

2. Общие положения

2.1. Конкурс проводится автономной некоммерческой организацией «Центр инноваций социальной сферы Нижегородской области» при содействии министерства промышленности, торговли и предпринимательства Нижегородской области.

2.2. Проведение конкурса призвано способствовать становлению и развитию института социального предпринимательства и деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций в Нижегородской области.

2.3. Конкурс ориентирован на субъектов малого и среднего предпринимательства или социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих свою деятельность в социальной сфере, направленной на:

- достижение общественно полезных целей;
- улучшение условий жизнедеятельности гражданина и/или расширение его возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности;
- обеспечение занятости;
- оказание поддержки инвалидам;
- оказание поддержки гражданам пожилого возраста;
- оказание поддержки лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации и др.

2.4. Конкурс проводится на территории Нижегородской области.

2.5. Победители конкурса определяются на основе критериев оценки социальных проектов, как получившие максимальный оценочный балл (Приложение 3).

3. Цели и задачи конкурса

3.1. Отбор социальных проектов, представленных Участниками конкурса для последующего бесплатного размещения их видеороликов и/или макетов статичной рекламы на рекламоносителях партнеров Конкурса.

3.2. Оказание информационной поддержки по доведению информации о товарах и/или услугах Участников конкурса до потребителей.

3.3. Содействие развитию социального предпринимательства на территории Нижегородской области, повышение престижа социального предпринимательства и популяризация социально ориентированной деятельности, расширение доступа субъектов социального предпринимательства к оказанию социальных услуг, развитию межсекторного взаимодействия и модернизации социальной сферы.

4. Участники конкурса

4.1. Участниками конкурса могут быть зарегистрированные и осуществляющие деятельность на территории Нижегородской области

социальные предприятия, субъекты малого и среднего предпринимательства, реализующие проекты в социальной сфере, и социально ориентированные некоммерческие организации, подавшие заявку на участие в Конкурсе в соответствии с требованиями Положения.

4.2. Участниками конкурса не могут быть:

- кредитные и страховые организации, инвестиционные фонды, негосударственные пенсионные фонды, профессиональные участники рынка ценных бумаг, ломбарды;

- организации, являющиеся участниками соглашений о разделе продукции;

- организации, осуществляющие предпринимательскую деятельность в сфере игорного бизнеса, производства и реализации подакцизных товаров, добычи и реализации полезных ископаемых;

- организации, являющиеся в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о валютном регулировании и валютном контроле, нерезидентами Российской Федерации.

- некоммерческие организации, которые в силу законодательства РФ создаются для строго определенных целей (специальная правоспособность), не соответствующие концепции социального предпринимательства (ассоциации или союзы коммерческих организаций, религиозные объединения, политические партии, профессиональные союзы (профсоюзы), торгово-промышленные палаты, Фонды местных сообществ и т.п.).

5. Требования к социальным проектам Участников

5.1. Социальные проекты Участников конкурса (далее – Проект), должны соответствовать следующим требованиям:

- Проект реализуется на территории Нижегородской области и способствовать достижению позитивных социальных изменений в обществе.

- Проект направлен на решение/смягчение существующих социальных проблем.
- Проект содержит определенную степень новизны в подходе к решению социальных проблем или инновационную составляющую.

5.2. В рамках конкурса не поддерживаются Проекты, направленные на:

- Финансирование деятельности других организаций в части пополнения их кредитных/заемных портфелей и создания ими систем кредитования и/или иного финансирования других проектов/организаций.
- Проведение научных исследований, разработки различных методик.
- Грантмейкинг (предоставление грантов, пожертвований) иным организациям и (или) частным лицам.
- Написание, издание рукописей в типографии (в качестве основной деятельности по проекту).
- Издание журналов, книг, газет (в качестве основной бизнес-идеи проекта).
- Осуществление политической и религиозной деятельности, поддержку этнических групп и т.п.

5.3. Заполняя заявку на участие в конкурсе, Участник подтверждает, что авторские права на видеоролик и материалы, используемые в видеоролике, а также макет статичной рекламы и информация, указанная на макете, принадлежат ему. Ответственность за использование чужих материалов лежит на Участнике.

5.4. В случае победы заявки Участника в конкурсе победитель передает право на воспроизведение видеоролика и размещение макета статичной рекламы организатору конкурса в соответствии с целями и задачами конкурса.

6. Организатор конкурса

6.1. Организатором конкурса является автономная некоммерческая организация «Центр инноваций социальной сферы Нижегородской области» (далее – Организатор конкурса)

6.2. Организатор конкурса:

6.2.1. Определяет порядок проведения Конкурса, разрабатывает документы, регламентирующие организацию и проведение конкурса.

6.2.2. Принимает и регистрирует поданные на конкурс заявки и документы от Участников конкурса.

6.2.3. Проводит проверку:

- участников на соответствие требованиям к Участникам конкурса, указанным в разделе 3 Положения;
- заявок на полноту и достоверность сведений, указанных в Заявке;
- информации о социальном проекте, содержащейся в Заявке, на соответствие требованиям к социальным проектам Участников, указанным в разделе 4 Положения.

6.2.4. Организует заседания конкурсной комиссии.

6.2.5. Оставляет за собой право проверки подлинности приведённой в заявке информации и получения дополнительных данных об Участнике конкурса не запрещёнными законом способами.

6.2.6. Прекращает рассмотрение заявки в следующих случаях:

- несоответствия заявки требованиям, установленным Положением;
- обнаружения скрытой или ложной информации.

6.2.7. Имеет право отклонить заявку на любом из этапов конкурса в случаях указанных в п.6.2.6 Положения.

6.2.8. Информировывает Участников Конкурса об отклонённых Заявках;

6.2.9. Формирует оценочные ведомости, которые содержат информацию о Заявках и критерии оценки социальных проектов (Приложение 1) и направляет их членам Конкурсной комиссии.

6.2.10. Публикует Решение конкурсной комиссии на официальном сайте организатора конкурса – cissno52.pf в разделе Поддержка – Региональный конкурс по размещению рекламы «Взгляд в будущее».

7. Конкурсная комиссия

7.1. Состав конкурсной комиссии формируется до даты заседания конкурсной комиссии и утверждается Приказом организатора Конкурса.

7.2. Заседание конкурсной комиссии проводится как в очной, так и в заочной форме. При очном голосовании каждый присутствующий член Конкурсной комиссии лично высказывает свою точку зрения и принимает участие в голосовании. При заочном голосовании каждый голосующий член Конкурсной комиссии лично заполняет оценочную ведомость и направляет её в установленные сроки Организатору конкурса.

7.3. Члены конкурсной комиссии формируются из числа представителей органов государственной власти, представителей субъектов предпринимательской деятельности, общественных организаций (объединений), представителей научных и образовательных организаций, приглашенных экспертов.

7.4. В случае невозможности участия одного из членов конкурсной комиссии в оценке предоставленных на конкурс заявок оценку заявок осуществляет их представитель.

7.5. Заседание конкурсной комиссии считается правомочным, если на нем присутствует более половины списочного состава ее членов.

7.6. Конкурсная комиссия:

7.6.1. Рассматривает предоставленные на конкурс заявки, готовые видеоролики и/или макеты статичной рекламы (либо их раскадровку/описание).

7.6.2. Начисляет баллы в соответствии с Критериями оценки социальных проектов, установленных в Приложении 3.

7.6.3. В исключительных случаях имеет право принимать решение о допуске к участию в конкурсе заявителей Проектов, указанных в п. 4.2. и п. 5.2. настоящего Положения.

7.6.4. Прекращает рассмотрение заявки в следующих случаях:

- несоответствия заявки требованиям, установленным Положением;
- обнаружения скрытой или ложной информации.

7.6.5. Имеет право отклонить заявку с участия на любом из этапов конкурса в случаях указанных в п.7.5.4 Положения.

7.6.6. Определяет победителей конкурса и утверждает итоговые результаты конкурса.

8. Порядок проведения конкурса

8.1. Информация о Конкурсе, сроки его проведения и форма заявки (Приложение 1) размещается на официальном сайте организатора конкурса – cissno52.pf в разделе Поддержка – Региональный конкурс по размещению рекламы «Взгляд в будущее».

8.2. Участник заполняет и направляет организатору конкурса заявку с приложенным Видеороликом и/или макетом статичной рекламы (либо их раскадровкой/описанием) согласно требованиям настоящего Положения.

8.3. Представленные Участником на конкурс документы обратно не возвращаются.

8.4. Организатор конкурса проверяет соответствие поданной заявки условиям конкурса, а затем передает их в Конкурсную комиссию.

8.5. Организатор конкурса информирует Участников Конкурса об отклонённых Заявках любым из следующих способов: по электронной почте и/или телефону, указанным в Заявке.

8.6. Рассмотрение и оценка Проекта членами Конкурсной комиссии проходит в соответствии с Критериями оценки социальных проектов (Приложение 3).

8.7. Оценка Проекта осуществляется конкурсной комиссией в значениях от 0 (низкая оценка) до 100 баллов (высокая оценка) в соответствии с Критериями оценки социальных проектов (Приложение 3).

8.8. По каждому Проекту итоговая оценка определяется по количеству баллов, рассчитанному как средневзвешенное арифметическое значение оценок, присвоенных всеми членами Конкурсной комиссии, принявшими участие в оценке.

8.9. Победители конкурса определяются как получившие максимальный оценочный балл.

8.10. Конкурсная комиссия с учетом присвоенных итоговых оценок определяет победителей конкурса в категориях «Видеоролик» и «Статичная реклама», при этом количество победителей конкурса определяется конкурсной комиссией индивидуально в зависимости от возможностей размещения партнеров Конкурса.

8.11. Участник может принимать участие в конкурсном отборе в категории «Видеоролик» и «Статичная реклама», одновременно, указав это в заявке.

8.12. Решение Конкурсной комиссии оформляется протоколом и подписывается председателем конкурсной комиссии.

8.13. Информация об итогах конкурса размещается на официальном сайте организатора конкурса – cissno52.pф в разделе Поддержка – Региональный конкурс по размещению рекламы «Взгляд в будущее».

8.14. Видеоролики и макеты статичной рекламы победителей Конкурса размещаются на рекламоносителях партнеров Конкурса бесплатно сроком на 1 месяц.

8.15. Информация о местах размещения видеороликов и макетов статичной рекламы актуализируется на дату размещения наружной рекламы на рекламоносителях и согласовывается с партнерами Конкурса.

8.16. Дата начала размещения видеороликов/макетов статичной рекламы согласовывается с победителями Конкурса индивидуально с учетом наличия свободных рекламных поверхностей партнеров Конкурса.

8.17. Победители Конкурса на размещение макетов статичной рекламы на рекламоносителях партнеров Конкурса берут на себя расходы по изготовлению баннеров и их монтажу.

8.18. Стоимость изготовления и монтажа баннеров рассчитывается и согласовывается с партнером Конкурса с учетом стоимости материалов, типа поверхности (призматрон, рекламный щит и т.п.) и сроков размещения на момент печати и монтажа макетов статичной рекламы.

8.19. В случае если у Победителя Конкурса на дату размещения видеороликов/макетов статичной рекламы, согласованную с партнерами Конкурса, будет отсутствовать видеоролик/макет статичной рекламы (либо он не будет соответствовать техническим требованиям, указанным в Приложении 2), срок бесплатного размещения будет сокращаться на столько дней, на сколько Победитель опоздает с предоставлением видеоролика/макета статичной рекламы к установленной дате размещения.

8.20. Непредоставление от Победителя конкурса готового к размещению видеоролика/макета статичной рекламы в течение 1 (одного) месяца с даты размещения видеороликов/макетов статичной рекламы, согласованную с партнерами Конкурса, будет означать, что срок бесплатного размещения видеоролика/макета статичной рекламы закончился. Тем самым Победитель конкурса лишается возможности бесплатного размещения видеоролика/макета статичной рекламы.

ФОРМА ЗАЯВКИ

ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ	
Полное наименование юридического лица/ИП *	В соответствии с выпиской/листом записи из ЕГРЮЛ/ЕГРИП. Например. Общество с ограниченной ответственностью «Ромашка»
Сокращенное наименование юридического лица/ИП *	В соответствии с выпиской/листом записи из ЕГРЮЛ/ЕГРИП. Например, ООО «Ромашка»
Адрес регистрации/место нахождения юридического лица/ИП *	
ИНН *	
ФИО руководителя	(юридического лица)
Телефон рабочий (юридического лица)	в формате 8-000-000-00-00
Ссылка на сайт организации, страницу в социальной сети	(при наличии)
ФИО руководителя проекта *	(ФИО полностью)
Телефон руководителя проекта *	в формате 8-000-000-00-00
Действующая электронная почта *	По которой будет осуществляться информационная рассылка и деловая переписка
ИНФОРМАЦИЯ О СОЦИАЛЬНОМ ПРОЕКТЕ	
Название социального проекта *	Например, «Дети – цветы жизни»
Краткое описание проекта *	Кратко изложите содержание проекта, опишите новизну предлагаемых решений. Аннотация должна быть предельно ясной, четкой, краткой, выразительной и отражать основную суть проекта.
Социальная необходимость проекта *	Опишите, почему ваш социальный проект необходим региону, какую проблему он сможет решить или смягчить, к каким позитивным социальным изменениям ведет. В чем заключается новизна или инновационная составляющая в подходе к решению проблемы.
Цели и задачи проекта/организации *	Цель – это то, ради чего реализуется проект и что будет достигнуто в результате его реализации. Рекомендации: 1) Цель необходимо описать простыми словами. 2) Цель должна быть измерима количественно. Необходимо в цели задать основополагающие параметры запланированного результата, чтобы в ходе реализации проекта можно было контролировать процесс достижения результата. 3) Цель должна быть уместной, актуальной в данное время и достижимой. Задача – детализированная конкретная цель, раскрывающая ее объем и перечисляемые конкретные действия.
Ожидаемые результаты и планируемый по итогам реализации проекта социальный эффект *	Необходимо указать конкретный количественный социальный показатель эффективности проекта, который будет достигнут по итогам реализации проекта. Примеры социальных показателей можно посмотреть в Приложении 1 к Положению конкурса.

Механизм реализации проекта*	В данном разделе описываются стратегия и методы достижения поставленных целей, а также механизм реализации проекта. Автор проекта должен ответить на вопросы: каким образом будут достигнуты (были достигнуты) намеченные цели, как будут выполняться (были выполнены) поставленные задачи, кто будет осуществлять (кто осуществлял) их решение, какие ресурсы будут (были) при этом задействованы. Если в проекте предполагается обучение необходимо прописать механизм, тематику обучения, а также преподавателей курса.	
Продукция/услуга предлагаемая на рынок	Кратко опишите предлагаемую Вами на рынок продукцию/услуги.	
Потребители продукции/услуг и их потребности (рынок сбыта)	Укажите сферу применения Вашего проекта, где оно востребовано.	
ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ РЕКЛАМЫ		
Подаёте Заявку на размещение рекламы в категории (выберите один или несколько вариантов) *	<input type="checkbox"/> «Видеоролик» <input type="checkbox"/> «Статичная реклама»	
Выберите район Нижнего Новгорода для размещения статичной рекламы (выберите не более 2 районов) *	<input type="checkbox"/> Не имеет значения <input type="checkbox"/> Автозаводский <input type="checkbox"/> Канавинский <input type="checkbox"/> Московский <input type="checkbox"/> Нижегородский <input type="checkbox"/> Советский <input type="checkbox"/> Сормовский <input type="checkbox"/> Приокский <input type="checkbox"/> Ленинский	
Интересует ли Вас размещение видеорекламы в г.о. Семеновский? (в категории «Видеоролик») *	<input type="radio"/> Да <input type="radio"/> Нет	
Видеоролик и/или макет статичной рекламы либо их раскадровка/описание согласно требованиям конкурса необходимо прислать на электронную почту konkurs@cissno52.ru с указанием в теме письма наименования юридического лица/названия проекта/названия конкурса *	<input type="radio"/> Вышлю на почту konkurs@cissno52.ru	
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ		
Нижеследующей отметкой я:	<input type="radio"/>	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ подтверждаю, что информация, приведенная в настоящей заявке, является полной и достоверной, бизнес является действующим и не проходит процедура банкротства; ✓ даю своё согласие организатору конкурса на проверку подлинности приведённой в заявке информации и получения дополнительных данных не запрещенными законом способами; ✓ согласен/согласна с тем, что обнаружение скрытой или ложной информации является достаточным условием для прекращения процесса рассмотрения заявки. * 		

* Обязательные поля для заполнения

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ВИДЕОРОЛИКАМ И МАКЕТАМ СТАТИЧНОЙ РЕКЛАМЫ (БИЛБОРДАМ).

1. Технические требования к Видеороликам

- 1.1. Видеоролики должны соответствовать следующим техническим требованиям:
 - 1.1.1. Максимальный хронометраж видеоролика - 10 секунд.
 - 1.1.2. Минимальные технические требования:
 - Соотношение сторон: 16:9;
 - Разрешение: 1280x720, 800x600, 800x400 квадратных пикселей;
 - Формат: AVI, WMV, MP4, MOV;
 - Кодек: DivX, Xvid, WMV;
 - без звука.
- 1.2. Общие правила и рекомендации по подготовке Видеороликов:
 - 1.2.1. При возможности, необходимо использовать шрифт без засечек, это позволит обеспечить лучшие результаты восприятия на цифровом экране.
 - 1.2.2. Текст необходимо делать крупным (он будет хорошо читаться с расстояния более 5 метров), рекомендуемая высота строчных букв – 34 пикселя.
 - 1.2.3. Юридический текст можно делать минимально видимым – высота строчных букв 10 пикселей.
 - 1.2.4. Текст не нужно прижимать слишком близко друг к другу, расстояние между строками должно быть таким, чтобы его было комфортно читать.
 - 1.2.5. Необходимо выбирать контрастные цвета для лучшего восприятия.
- 1.3. В случае отсутствия у Участника Конкурса готового Видеоролика, возможно представление презентации (раскадровки видеоролика), подготовленной в программе MS Power Point с посекундным описанием будущего Видеоролика, с учетом технических требований к видеороликам.

2. Требования к макетам статичной рекламы (билбордам)

- 2.1. Участник может прислать макет для размещения на рекламном щите размером 6х3 (горизонтальный) или направить описание планируемого макета.
- 2.2. Победитель Конкурса в категории «Статичная реклама» обязан доработать итоговый макет для размещения согласно замечаниям конкурсной комиссии.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

№ п/п	Наименование критерия	Вес критерия	Содержание критерия	Оценка критерия	Значение критерия
1	Социальная необходимость проекта	0,3	1. Обоснованность актуальности проекта для региона. 2. Предоставление результатов мониторинга актуальной региональной ситуации с выявленными проблемами.	Высокая	100
				Скорее высокая	80
				Средняя	50
				Скорее низкая	20
				Низкая	0
2	Целевая направленность проекта	0,25	1. Соответствие целей проекта приоритетным направлениям социально-экономического развития региона. 2. Направленность целей и задач проекта на решение социальных проблем региона. 3. Предоставление анализа возможных рисков и обоснованность способов их преодоления.	Высокая	100
				Скорее высокая	80
				Средняя	50
				Скорее низкая	20
				Низкая	0
3	Планируемый по итогам реализации проекта социальный эффект	0,25	Уровень достижения целевых социальных показателей эффективности проектов *.	Высокая	100
				Скорее высокая	80
				Средняя	50
				Скорее низкая	20
				Низкая	0
4	Готовый видеоролик и/или макет статичной рекламы (либо их раскадровка/описание)	0,2	1. Информативность 2. Социальная значимость 3. Эстетическая составляющая и качество изготовления видеоролика/макета статичной рекламы	Высокая	100
				Скорее высокая	80
				Средняя	50
				Скорее низкая	20
				Низкая	0

* СОЦИАЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТОВ (пример)

1. Дошкольное образование:

1.1. Количество детей, посещающих детский сад/центр, из них:

1.1.1. Количество детей с ограниченными возможностями/особенностями развития;

- 1.1.2. Количество детей из семей в трудной жизненной ситуации.
- 1.2. Количество трудоустроенных людей.
- 2. Трудоустройство людей в сложной жизненной ситуации:**
 - 2.1. Количество трудоустроенных людей в сложной жизненной ситуации, из них:
 - 2.1.1 Количество трудоустроенных инвалидов.
 - 2.2. Общее количество трудоустроенных людей
- 3. Повышение качества и доступности медицинских услуг:**
 - 3.1. Количество оказанных услуг, из них:
 - 3.1.1 Количество услуг, оказанных представителям социально-незащищенных категорий граждан
 - 3.2. Количество трудоустроенных людей.
- 4. Оказание социально-значимых услуг:**
 - 4.1. Количество человек, которым оказаны услуги
 - 4.2. Количество трудоустроенных людей.
- 5. Выпуск социально значимой продукции:**
 - 5.1. Количество выпущенной продукции (шт.)
 - 5.2. Количество трудоустроенных людей.
- 6. Туристические услуги для социальных категорий населения:**
 - 6.1. Количество человек, которым оказаны услуги, из них:
 - 6.1.1. Количество инвалидов
 - 6.1.2. Количество людей в трудной жизненной ситуации
 - 6.2. Количество трудоустроенных людей.
- 7. Организация доступного спортивного досуга:**
 - 7.1. Количество людей, которым оказаны услуги
 - 7.2. Количество трудоустроенных людей.
- 8. Экология:**
 - 8.1. Количество тонн/кг переработанного/выпущенного сырья
 - 8.2. Количество трудоустроенных людей.
- 9. Развитие сельского хозяйства в регионах России:**
 - 9.1. Количество выпущенной сельскохозяйственной продукции (в кг)
 - 9.2. Количество трудоустроенных людей.
- 10. Сохранение и возрождение культурного и исторического наследия России:**
 - 10.1. Количество людей, которым оказаны услуги
 - 10.2. Количество трудоустроенных людей.
- 11. Оказание гериатрических услуг населению:**
 - 11.1. Количество пожилых людей, которым оказаны услуги
 - 11.2. Количество трудоустроенных людей.