



NORWEGIAN MINISTRY
OF FOREIGN AFFAIRS



International Organization for Migration (IOM)
The UN Migration Agency

ПРИГЛАШЕНИЕ К ПОДАЧЕ ПРОЕКТНЫХ ЗАЯВОК

Временные рамки

Номер приглашения на подачу проектных	TM/PX0327/2024/03
Дата опубликования	18.03.2024
Крайний срок для вопросов и ответов по заявке	04.04.2024
Крайний срок подачи заявки	07.04.2024
Уведомление о результатах	15.04.2024
Дата начала реализации проекта	15.05.2024
Дата завершения реализации проекта	14.10.2024

Географический охват

Проект должен быть направлен на конкретное сообщество в любом населенном пункте Туркменистана. Заявка должна содержать достаточное обоснование, почему было выбран тот или иной населенный пункт и сообщество.

Направление и область специализации

Проект должен быть направлен на изменение негативных убеждений, ценностей, установок, поведения, норм и практик на уровне сообщества в отношении женщин, затронутых миграцией.

Убеждения, ценности, установки и поведение сообщества — это убеждения, ценности, установки и поведение людей, составляющих сообщество. Убеждения — это представления людей о том, что является истинным, а что ложным (например, вера в то, что упорный труд приведет к успеху). Ценности — это то, что люди считают хорошим и важным (например, идея о том, что семья — это самое важное в жизни). Убеждения и ценности формируют отношение людей, к тому, как люди оценивают что-либо как положительное или отрицательное.

Убеждения, установки и ценности — все это определяет поведение человека, или то, как он действует. Поведение человека также определяется ожиданиями других людей, в частности, социальными нормами. Социальные нормы — это неписаные ожидания

IOM Mission in Turkmenistan:

4th floor UN Building • 21, Archabil Street • Ashgabat • Turkmenistan • 744036
744036 Türkmenistan, Aşgabat, BMG-nyň binasy. Arçabil köçesiniň 21-nji jaýy
Tel: +993 12 488407, 488408; • Fax: +993 12 488409 • E-mail: iomashgabat@iom.int
Website: www.iom.int ; www.iomtkm.org ;

относительно того, как человек должен вести себя в той или иной ситуации. Когда группа людей регулярно ведет себя определенным образом, основываясь на социальных нормах, это можно назвать практикой.

Усилия по изменению поведения, направленные на отдельных людей и социальные группы, известны как коммуникация в целях социальных и поведенческих изменений (Social and Behavioural Change Communication - SBCC). Программы SBCC используют коммуникацию для изменения модели поведения и социальной модели путем воздействия на знания, установки и социальные нормы людей.

Информация о проекте

Пять стран Центральной Азии - Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан - тесно связаны между собой с точки зрения истории и культуры. Вопросы управления миграцией в этих странах также связаны между собой и имеют много общего. Последние тенденции миграции в Центральной Азии выдвинули вопрос миграции на первый план в региональной повестке дня. Миграция, как сквозной вопрос, влияет на все аспекты жизни всех стран, включая национальную безопасность, социальное и экономическое развитие, здравоохранение и образование, труд и занятость, окружающую среду и гендерные аспекты. Некоторые страны Центральной Азии признают вклад мигрантов в экономическое развитие и сокращение бедности, однако мигранты являются одной из наиболее незащищенных и уязвимых групп населения в Центральной Азии. Женщины-мигранты сталкиваются с особыми серьезными рисками, связанными с тем, что они одновременно являются и женщинами, и мигрантами. Динамичный миграционный ландшафт в регионе требует повышенного внимания всех заинтересованных сторон для обеспечения выявления уязвимостей мигрантов, и защиты мигрантов, особенно женщин, на протяжении всего своего миграционного опыта. Это, безусловно, требует согласованных усилий на национальном уровне, но также и более широкого регионального сотрудничества.

Региональный проект Международной организации по миграции направлен на содействие защите мигрантов и повышению устойчивости уязвимых мигрантов, особенно женщин, в Центральной Азии. Проект достигнет этой общей цели путем достижения следующих трех результатов на индивидуальном уровне и на уровне домохозяйств/семей, на уровне сообществ и на структурном уровне:

- Результат 1: Расширение прав и возможностей женщин в контексте миграции для участия в рынке труда в странах происхождения и назначения (на индивидуальном уровне, уровне домохозяйства/семьи)*
- Результат 2: Целевые сообщества в Центральной Азии принимают гендерно справедливое отношение и поведение по отношению к женщинам в контексте миграции (на уровне сообщества)*
- Результат 3: Усиление национальных мер реагирования на уязвимость мигрантов посредством консолидированных координационных платформ и сотрудничества между всеми соответствующими субъектами (на структурном уровне)*

Результат 2: Целевые сообщества в Центральной Азии принимают гендерно справедливое отношение и поведение по отношению к уязвимым женщинам в контексте миграции (на уровне сообщества)

Для достижения Результата 2 МОМ будет использовать программы коммуникации в целях социальных и поведенческих изменений (Social and Behavioural Change Communication - SBCC), которые будут реализованы поэтапно: анализ и определение проблемы, разработка стратегии, тестирование стратегии, реализация стратегии, а также мониторинг и оценку результатов. В каждой стране МОМ, совместно с партнерами, будет выявлять специфические для страны негативные убеждения и установки сообщества о надлежащей роли и поведении женщин в миграции, которые способствуют уязвимости в гендерном отношении, и предложит программы SBCC для противодействия и изменения такого поведения и практик, а также убеждений, ценностей, установок и норм, которые лежат в их основе. Кампании по конкретным странам будут развернуты на уровне общин и будут использовать сочетание таких каналов, как межличностное общение, общинные/фолк-медиа, средства массовой/средней информации, цифровые и социальные медиа - с применением наиболее подходящего метода коммуникации для данного сообщества. Это приведет к повышению склонности членов сообщества к проявлению знаний, отношения и поведения, которые поддерживают гендерное равенство и уважение прав женщин-мигрантов.

Ожидаемые результаты

Реализация программ коммуникации в целях социальных и поведенческих изменений должна быть осуществлена по следующим этапам:

Анализ и определение проблемы

На этом этапе должны быть предприняты следующие шаги:

- *Определение негативных убеждений, установок, поведения или практики, на изменение которых будет направлен проект;*
- *Определение целевой группы или групп, включая первичную аудиторию (люди, чье поведение призван изменить проект), любые вторичные аудитории (люди, которые влияют на поведение целевой группы, например семья, друзья и коллеги по работе), и любые третичные аудитории (люди, влияющие на формирование общественного мнения, чье поведение и сообщения могут отражать и поддерживать социальные нормы, например, религиозные лидеры, лидеры сообществ, представители органов власти и представители СМИ);*
- *Анализ существующих убеждений, ценностей и установок, которые определяют поведение и практику целевых групп;*
- *Анализ коммуникационных инструментов и каналов, которые могут быть использованы для охвата целевых групп;*
- *Обзор существующей литературы, фактов и данных для изучения опыта предыдущих соответствующих проектов по коммуникации в целях социальных и поведенческих изменений.*

Разработка стратегии

На следующем этапе используется информация, собранная на этапе анализа и определения проблемы, чтобы начать разработку стратегии реализации проекта. Он включает в себя:

- *Определение четких целей и мер по оценке того, насколько проект достигает этих целей.*
- *Определение ключевых сообщений для проекта, включая определение необходимости сегментированного сообщения для каждой целевой группы.*

Анализ того, какой канал коммуникации является наиболее подходящим для каждого сообщения и для каждой целевой группы. Это включает: (а) анализ стоимости различных каналов коммуникации; (б) количество людей в целевой группе, которых может охватить данный канал коммуникации; и (с) типы сообщений, для которых канал коммуникации является наиболее подходящим (например, подходит ли он для передачи простых, легко понимаемых сообщений или для более сложных и тонких сообщений). Следует обратить внимание на доступность информации и снижение барьеров для доступа к информации. Например, письменные материалы недоступны для неграмотных членов целевой группы и должны быть дополнены аудиовизуальными материалами. Коммуникационные каналы, использующие общественные места, такие как общинный театр, недоступны для людей, не покидающих свои дома. К ним могут относиться женщины, которым не разрешается выходить из дома без присмотра, и людей с ограниченными возможностями, ограничивающими их мобильность. В таких обстоятельствах следует рассмотреть возможность использования дополнительных каналов коммуникации, которые могут проникать в домашнюю среду, например радио, рассылки по мессенджерам.

- *Оценка имеющихся ресурсов для реализации кампании.*
- *Разработка и документирование плана реализации.*

Разработка и тестирование

На этом этапе разрабатываются, тестируются и пересматриваются коммуникационные материалы. Этот процесс включает в себя:

- разработку материалов, например, написание сценариев для общественного театра, производство телевизионных рекламных роликов, дизайн листовок и т.д. Сюда входят решения о типе сообщений, отраженных в тексте, словах, изображениях и дизайне. Например, некоторые кампании направлены на привлечение внимания людей за счет использования ярких цветов и крупного, жирного текста. Другие могут использовать мощные или тревожные изображения, чтобы подчеркнуть риск. Важно принимать такие решения на основе глубокого понимания местного контекста и анализа предыдущей практики. В целом эффективная практика заключается в разработке сообщений, которые могут быть понятны целевой группе населения и которые дают им возможность их к действиям, направленным на позитивные изменения.

- Как только проект материалов будет готов, его следует протестировать среди представителей целевой группы населения. Цель тестирования - убедиться, что сообщения поняты и приняты целевой группой, а также оценить, готова ли целевая группа принять какие-либо рекомендуемые действия на основе информации, представленной в материалах. Для тестирования материалов могут использоваться различные методы, например фокус-группы, участники которых знакомятся с материалами и делятся своими реакциями, мыслями, мнениями и предложениями по улучшению. Тестирование также может включать измерение знаний и отношения до и после ознакомления с материалами. Особое внимание следует уделить тому, чтобы в тестировании участвовал полный срез целевой группы населения (например, все соответствующие возрастные группы). Это может включать тестирование материалов в нескольких группах и на нескольких языках.

- На основании полученных результатов материалы должны пересматриваться до тех пор, пока тестирование не продемонстрирует, что они эффективно доносятся до целевой аудитории то послание, которое они должны донести.

Внедрение

На этапе реализации сообщения распространяются по выбранным каналам коммуникации. Для некоторых каналов коммуникации это может включать в себя одностороннюю связь, например, путем распространения печатных материалов и рекламных роликов на телевидении или радио. Другие каналы коммуникации могут использовать двустороннюю связь, например ток-шоу на радио или обсуждения в социальных сетях. Некоторые каналы коммуникации требуют социальной мобилизации, то есть активного вовлечения членов сообщества и целевых групп в кампанию. Это может включать, например, поощрение сообщества к посещению и участию в общественных театральных мероприятиях и городских обсуждениях, поощрение религиозных лидеров делиться сообщениями со своими общинами, и поощрение представителей средств массовой информации к написанию статей и обсуждению проблемы в своих газетах и ток-шоу.

Мониторинг и оценка

На этапе реализации необходимо собирать данные, чтобы оценить, как продвигается проект. Это может включать подсчет количества лайков или комментариев, которые получает сообщение в социальных сетях, количество людей, участвующих в общественных мероприятиях, количество слушателей радиопередач и т.д. Мониторинг в ходе реализации важен, поскольку позволяет вносить коррективы в ходе кампании для достижения максимального воздействия. Например, если мониторинг показывает, что в ток-шоу на радио участвует больше людей определенной целевой группы или возраста, чем в социальных сетях, то ресурсы можно перераспределить в пользу ток-шоу на радио и/или улучшить компонент социальных сетей. Мониторинг также может помочь оценить, все ли целевые группы охвачены и преодолены ли барьеры для доступа к информации.

Оценка направлена на измерение влияния проекта на фактическое поведение целевой группы, а также на то, чтобы оценить, в какой степени проект смог достичь целей, поставленных на этапе разработки стратегии. Существует множество методов измерения этого воздействия, включая наблюдение за фактическим поведением. Результаты оценки должны

быть использованы для обучения, а извлеченные уроки и выявленные примеры передовой практики должны использоваться для совершенствования будущих проектов. По возможности эффективная практика заключается в документировании и обнародовании результатов оценки. Это не только поможет другим разработать эффективные проекты, но и является важной демонстрацией прозрачности и подотчетности по отношению к сообществам, в которых проводились кампании.

Качественные показатели:

- *Положительные изменения в осведомленности/понимании членов целевого сообщества о негативных гендерных предубеждениях в отношении женщин в миграции в их сообществах*

Количественные показатели:

- *Процент членов сообщества, охваченных кампанией, которые продемонстрировали рост знаний, отношения и поведения в поддержку гендерного равенства и уважения прав женщинмигрантов - не менее 50% (на основе задокументированных опросов до и после SBCC программы)*
- *Процент женщин в целевых сообществах, сообщивших об улучшении социального принятия гендерно справедливых убеждений и ценностей в целевых сообществах - не менее 50% (на основе задокументированных опросов до и после SBCC программы)*
- *Количество отчетов о негативных убеждениях и установках, переданных сообществам – не менее одного*
- *Процент вовлеченных лидеров сообщества, которые поддерживают мероприятия программы SBCC – не менее 80%*
- *Количество людей, охваченных кампаниями SBCC (в разбивке по полу) – не менее 900 человек*

Примерный бюджет

Бюджет проекта должен составлять не более 4,800 (четыре тысячи восемьсот) долларов США.

Критерии отбора

Критерии	Описание	Баллы
Соответствие предложения достижению ожидаемых результатов	Актуальность предложения для достижения ожидаемых результатов Экспертные знания в области ключевых навыков, а также навыков составления бюджета, коммуникации, переговоров и участия Экспертные знания и опыт в разработке и проведении программ обучения и наращивания потенциала для НПО и государственных учреждений Адекватность и четкость предлагаемого бюджета (включая вклад НПО) Соответствующие технические знания и опыт работы с различным кругом заинтересованных сторон на национальном и местном уровне в создании перспективы, учитывающей интересы молодежи, в различных секторах.	60
Устойчивость проекта	Опыт партнерства с ключевыми учреждениями, связанными с участием и развитием ЖТЛ и УМ Опыт работы на национальном и местном уровне, присутствие и отношения с сообществом Способность к управлению Устойчивость проекта	20
Дополнительно	Тиражируемость/масштабируемость проекта Навыки учета гендерной проблематики для применения в ходе реализации программ Инновационный подход	20

Приложения

Описание
Приложение А – Шаблон технической спецификации проекта
Приложение В – Контрольный перечень сведений о партнере
Приложение С - Общая информационная анкета партнера
Приложение D – Шаблон концепции проекта
Приложение Е – Бюджет проекта

Для получения дополнительной информации о проектах Международной информации по миграции, пожалуйста, посетите сайт Международной организации по миграции в Туркменистане [IOM Turkmenistan](#)

Организации, подающие проектную заявку, должны продемонстрировать свои возможности по реализации всех перечисленных мероприятий комплексно. Частичные заявки на отдельные мероприятия рассматриваться не будут.

МОМ оставляет за собой право отменить/сократить объем запланированных мероприятий или ввести новые мероприятия, а также расширить объем существующих мероприятий. Выбранный партнер-исполнитель должен быть готов разработать подробный бюджет на основе поданного предложения в течение двух недель после получения уведомления от МОМ.

Все заявители получают письменное уведомление о результатах отбора в течение двух недель после окончания срока подачи концептуальной записки. Если заявитель запросит дополнительные разъяснения, МОМ предоставит ответ, объясняющий прозрачность и честность проведенного процесса отбора.

МОМ оставляет за собой право не раскрывать специфику решения, принятого миссией МОМ, по причинам, связанным с конфиденциальностью.

МОМ оставляет за собой право принять или отклонить любое выражение заинтересованности, а также аннулировать процесс отбора и отклонить все выражения заинтересованности в любое время, не неся тем самым никакой ответственности перед соответствующими партнерами-исполнителями.

Для получения дополнительной информации, пожалуйста, свяжитесь в письменном виде с Наргизой Давлетовой, НПО Координатором, отправив электронное письмо по адресу ndavletova@iom.int

Руководство по подаче заявления о заинтересованности

1. Заявка должна быть подана по электронной почте: ndavletova@iom.int не позднее **7 апреля 2024 г. до 21:00** в формате PDF. Заявка, поданная с опозданием, рассматриваться не будет.
2. Необходимо представить подробное описание того, как требования, указанные в приглашении на подачу проектных заявок, опубликованном МОМ, будут соответствовать возможностям, опыту, знаниям и компетенции партнеров-исполнителей.
3. Заявка должна быть подана на русском языке и в формате, установленном МОМ в рамках заявки. Необходимо предоставить всю требуемую информацию, четко и кратко ответив на все изложенные пункты. Любая заявка, не отвечающая полностью и всесторонне требованиям МОМ, может быть отклонена.
4. Заявка должна содержать следующее:
 - a. Сопроводительное письмо;
 - b. Надлежащим образом оформленная заявочная документация, как указано в приглашении к подаче проектных заявок, подписанная на всех страницах уполномоченным представителем партнера по реализации; и
 - c. Любые другие соответствующие документы
5. Заявки могут быть изменены или отозваны в письменном виде до окончания срока подачи заявок, указанного в настоящем приглашении к подаче проектных заявок. Заявки не могут быть изменены или отозваны после истечения срока подачи.
6. Партнер по реализации несет все расходы, связанные с подготовкой и подачей Заявки, а МОМ ни в коем случае не будет нести ответственность за понесенные расходы.
7. МОМ ни при каких обстоятельствах не будет требовать от партнеров по реализации плату за подачу заявки.
8. Вся информация, предоставленная в письменном виде или устно сообщенная Партнерам по реализации в связи с данным приглашением на проектные заявки, должны рассматриваться как строго конфиденциальные. Партнер-исполнитель не должен передавать или ссылаться на такую информацию третьим лицам без предварительного письменного согласия МОМ. Это обязательство сохраняется и после завершения процесса отбора, независимо от того, выиграла ли заявка Партнера по реализации или нет.
9. МОМ будет рассматривать всю информацию (или информацию с пометкой "собственная/чувствительная/финансовая"), полученную от Партнеров по реализации, как конфиденциальную, а любые персональные данные - в соответствии со своими Принципами защиты данных.
10. Партнер по реализации, подавая заявку, дает согласие МОМ на обмен информацией с теми, кому это необходимо для целей оценки и управления предложением.
11. МОМ оставляет за собой право принять или отклонить любую заявку, а также отменить процесс и отклонить все заявки в любое время, не неся тем самым никакой ответственности перед соответствующим партнером-исполнителем или обязательства информировать соответствующего партнера-исполнителя о причинах действий МОМ.

Приложение А

Номер приглашения на подачу проектной заявки:	
Полное наименование организации и аббревиатура:	
Адрес и электронный адрес контактного лица:	

Техническая спецификация проекта

Введение
Предпосылки проекта
Цель
Предполагаемые мероприятия
Всеобъемлющий результат
Ожидаемые результаты
Влияние проекта
Партнерство и сотрудничество
Предлагаемые сроки
Квалификация и опыт
Представление проектного предложения

Место и срок подачи проекта

Приложение В

КОНТРОЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ СВЕДЕНИЙ О ПАРТНЕРЕ-ИСПОЛНИТЕЛЕ

Нижеприведенная информация должна быть включена в ответ на приглашении к подаче проектных заявок, опубликованном МОМ:

ТАБЛИЦА 1 - ОСНОВНОЙ ОПЫТ ПАРТНЕРА-ИСПОЛНИТЕЛЯ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ТРИ ГОДА (в свободном формате)

- Начальный месяц/год
- Конечный месяц/год
- Донор / ведущий партнер
- Описание проектов
- Сумма контракта

Примечания (Предоставьте документальное подтверждение)

ТАБЛИЦА 2 - СХОЖИЙ ОПЫТ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ТРИ ГОДА (в свободном формате)

- Год
- Донор / ведущий партнер
- Описание проектов
- Сумма контракта
- Примечания (Предоставьте документальное подтверждение (*))

ТАБЛИЦА 3 - СПИСОК КЛЮЧЕВЫХ СОТРУДНИКОВ ПАРТНЕРА (в свободном формате)

- Имя
- Должность и квалификация
- Количество лет опыта

Предоставьте организационную схему и подробные резюме ключевых руководителей и сотрудников организации

ТАБЛИЦА 4 - ЛЮБАЯ ДРУГАЯ ИНФОРМАЦИЯ (в свободном формате)

В дополнение к требуемой информации партнеры по реализации могут предоставить любые другие соответствующие документы.

Приложение С - Общая информационная анкета партнера

Информация, предоставленная в данной форме, будет использована в качестве исходных данных для оценки должной добросовестности кандидатов

Номер приглашения на подачу проектной заявки:	
Полное наименование организации и аббревиатура:	
Адрес и электронный адрес контактного лица:	
Дата заполнения:	
Опыт сотрудничества с МОМ	
Дата начала сотрудничества с МОМ	

А. СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ И РУКОВОДСТВО

Ваша организация юридически зарегистрирована в стране/странах исполнения проекта? Если да, предоставьте номер регистрации/подтверждающие документы. Если нет, предоставьте пояснения.	
Какой статус у вашей организации (ИО/иНПО, НПО, т.д.)?	
Готовит ли организация ежегодный аудит и соответствующий финансовый отчет, который является общедоступным? Если нет, пожалуйста, поясните.	
Имеет ли руководство или собственник организации какую-либо связь с МОМ, которая могла бы привести к конфликту интересов?	
Кто имеет влияние на организацию?	
Когда была основана организация?	
Когда организация в последний раз оценивалась МОМ или другим подразделением ООН?	
Дата последней внешней оценки и имя оценщика. Можно ли поделиться с результатами оценки с МОМ?	

В. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

Прилагается ли к заявке обновленная организационная структура/схема и резюме ключевых сотрудников?	
--	--

Где работает организация в стране и какова ее структура внутри страны и присутствие на местах?	
Сколько сотрудников работает в страновом отделении/программе?	
Все ли основные операционные функции надлежащим образом укомплектованы персоналом и обеспечены ресурсами (финансы, логистика, внедрение, слияния и поглощения)?	
Есть ли в организации руководящие принципы для персонала?	
Существуют ли в организации процедуры обеспечения безопасности персонала?	
С. ВНЕШНЕЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И ВЛИЯНИЕ	
Сети и координация	
Участвует ли организация в налаживании связей с другими организациями гражданского общества, гуманитарными организациями или филиалами? Если да, то пожалуйста предоставьте детали.	
Координирует ли организация свою работу с другими организациями гражданского общества (местными, национальными, международными)? Если да, то предоставьте детали.	
Как организация взаимодействует с бенефициарами и сообществами?	
Координирует ли организация свои действия с правительством/органами власти?	
Участвует ли организация в общественных или политических процессах (например, в обсуждениях/решениях политики/бюджета национальных и местных органов власти)?	
Информация и правозащитная деятельность	
Регулярно ли организация выпускает информационные материалы? Если да, пожалуйста, опишите.	
Проводит ли организация публичные мероприятия для сбора средств или в других целях? Если да, пожалуйста, опишите.	
Работает ли организация через средства массовой информации?	

Использует ли организация правозащитную деятельность в качестве основы своей работы? Если да, пожалуйста, опишите.	
Осуществляет ли организация какую-либо лоббистскую деятельность? Если да, пожалуйста, опишите.	
Д. ПРОГРАММНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ	
Есть ли у организации заявленная миссия и видение? Пожалуйста, предоставьте ссылку, если она общедоступна.	
Каковы целевые группы/бенефициары организации?	
Какова географическая направленность организации?	
Какова программная направленность организации?	
Имеется ли в организации документированный реестр рисков и процесс управления рисками?	
Осуществляет ли организация:	
Отстаивает и соблюдает гуманитарные принципы?	
Поддерживает предоставление беспристрастной помощи исключительно на основе потребностей?	
Действует независимо, не навязывая политической повестки дня?	
Отстаивает принцип "не навреди"?	
Есть ли у вас долгосрочный план/стратегия?	
Есть ли рамки для подотчетности пострадавшему населению?	
Есть ли у вас Кодекс поведения или другая этическая политика?	
Есть ли политика и процедуры для предотвращения сексуальной эксплуатации и надругательств?	
Д. ФИНАНСОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ	
Какие доноры в настоящее время поддерживают программную деятельность организации?	
Каков текущий общий бюджет деятельности организации?	
Сталкивалась ли организация с какими-либо проблемами, связанными с ликвидностью, или	

платежеспособностью, в течение последних трех лет? Если да, то как было принято решение?	
Система бухгалтерского учета	
Имеет ли организация подробную политику, задокументированные стандарты бухгалтерского учета, правила и процедуры?	
Каким стандартам бухгалтерского учета придерживается организация (IPSAS; IFRS, национальные)?	
Какое бухгалтерское программное обеспечение использует организация и интегрировано ли оно с другими функциями (например, управление персоналом, закупки и т.д.)?	
Какова политика хранения документов в отношении бухгалтерских и подтверждающих документов? Как организация обеспечивает сохранность архивов от кражи, пожара, затопления и т.д.? Были ли какие-либо проблемы, с которыми вы столкнулись в этом отношении за последние три года?	
Своевременно ли учитываются все расходы на счетах организации?	
Может ли организация предоставлять периодические финансовые отчеты на уровне проекта?	
Финансовый контроль	
Есть ли у организации собственный банковский счет, зарегистрированный на собственное имя?	
Есть ли в организации установленные функции внутреннего аудита?	
Существует ли регулярное требование о проведении внешнего аудита счетов компаний, и если да, то проводится ли он своевременно?	
Выполняет ли организация полученные рекомендации аудиторов?	
Каковы основные характеристики существующей системы внутреннего контроля? Были ли какие-либо проблемы, с которыми вы столкнулись в этом отношении за последние три года?	
Как организация обеспечивает достаточное разделение обязанностей?	

Существует ли система, позволяющая избежать двойной отчетности о расходах перед донорами? Имеется ли в организации решение для учета проектов, облегчающее соответствующий контроль?	
Экономическая эффективность	
Являются ли расходы организации осознанными? Какие принципы соблюдаются для минимизации затрат?	
Собираются ли предложения или счета-фактуры до совершения покупок?	
Е. ПОТЕНЦИАЛ В ОБЛАСТИ ЗАКУПОК И ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК	
Опишите логистическую структуру организации.	
Проводит ли организация и придерживается ли она контртеррористической политики, требующей систематической проверки партнеров и поставщиков на соответствие признанным спискам террористов?	
Закупки	
Есть ли в организации четкие правила закупок? Если да, пожалуйста, поделитесь копией.	
Была ли политика организации в области закупок пересмотрена и принята другими организациями и/или донорами?	
Существует ли в организации четкая политика разделений обязанностей и делегирования полномочий в процессе закупок?	
Имеет ли организация (и использует ли она) план закупок?	
Использует ли организация систему ERP для учета операций по закупкам?	
Управление активами и складами	
Есть ли у организации база данных активов?	
Существуют ли в организации установленные протоколы передачи, списания, продажи и выбытия активов?	
Существуют ли в организации процедуры управления запасами и складами?	

Я, нижеподписавшаяся/-шийся, гарантирую, что информация, представленная в этой форме, является правильной, и в случае изменений, подробная информация будет предоставлена как можно скорее:

Имя/Подпись/ Дата

Приложение D - Концепция проекта

Раздел 1. Обзор концептуальной записки			
Название организации потенциального партнера			
Тип концептуальной записки	Ответ на приглашение на подачу проектных заявок, выпущенное МОМ	<input type="checkbox"/>	Самостоятельная концептуальная записка
	Номер		нет
Название концептуальной записки			
Географический охват	<i>Страна, область, город</i>		
Целевые группы населения	Количество и тип(ы) прямых бенефициаров		
	Количество и тип(ы) косвенных бенефициаров		
Продолжительность программы (в месяцах)			
Бюджет программы (пожалуйста, укажите валюту)	Взнос потенциального партнера		
	Взнос, запрошенный у МОМ		
	Итого		

Раздел 2. Описание программы	
2.1 Обоснование/оправдание (не более 400 слов)	
<p><i>Изложите постановку проблемы, контекст и обоснование программы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Дайте обзор существующей проблемы, используя дезагрегированные данные из существующих отчетов.</i> - <i>Опишите, кто затронут проблемой и каковы барьеры/ узкие места на пути к достижению результатов по решению проекта.</i> - <i>Опишите, как проблема связана с национальными приоритетами и политикой.</i> - <i>Опишите актуальность программы в решении выявленных проблем.</i> 	
2.2 Целевые бенефициары (не более 250 слов)	
<p><i>Опишите целевые группы и бенефициаров, которых предполагается охватить предлагаемой программой.</i></p>	
2.3 Предлагаемый подход/методология программы (не более 400 слов)	
<p><i>Опишите, как программа будет решать проблему, сформулированную в разделе 2.1. Объясните, как предлагаемый подход/методология приведет к ожидаемым изменениям. Опишите любые инновационные подходы (если применимо), которые будут использованы при реализации предлагаемой программы. Обратите внимание, что конкретные мероприятия и результаты должны быть подробно описаны в Разделе 3.</i></p>	
2.4 Гендер, равенство и устойчивость (не более 250 слов)	
<p><i>Опишите практические меры, принятые в программе для решения вопросов гендерного равенства, справедливости и устойчивости.</i></p>	
2.5 Вклад потенциального партнера и его сравнительные преимущества (не более 250 слов)	
<p><i>Кратко опишите вклад конкретных партнеров в программу. Упомяните как финансовые, так и нефинансовые вклады. Опишите любые конкретные преимущества и опыт, присущие только данной организации, которые повысят качество реализации предлагаемой программы.</i></p>	
2.6 Управление рисками (не более 250 слов)	
<p><i>Опишите потенциальные области риска, которые могут негативно повлиять на способность организации полностью реализовать предлагаемую программу. Опишите любые смягчающие действия, которые будут включены в программу для управления выявленными рисками.</i></p>	
2.7 Ключевой персонал	
<p><i>Предоставьте список ключевых сотрудников, которые будут играть решающую роль в управлении, а также оперативном и финансовом надзоре за предлагаемой программой.</i></p>	
Имя и должность	Соответствующая квалификация/опыт

Имя:	
Должность:	
Имя:	
Должность:	
Имя:	
Должность:	
Имя:	
Должность:	
2.8 Другие вовлеченные партнеры (не более 100 слов)	
<i>Опишите других партнеров, которые будут играть определенную роль в реализации программы, включая другие организации, оказывающие техническую и финансовую поддержку программе.</i>	
2.9 Прочее (не более 250 слов)	
<i>Опишите любую другую соответствующую информацию, применимую к предлагаемой программе.</i>	

Приложение Е – Бюджет проекта

Бюджет проекта подается в свободной форме, но должен детально описывать статьи расходов по персоналу проекта, офисным расходам, расходам на мероприятия проекта, а также иное по необходимости.

Примерный формат бюджета

№	Статьи расходов	Ед. изм.	Стоимость за единицу	сроки (месяц) / кол-во	Всего расходов
I.	РАСХОДЫ НА ПЕРСОНАЛ	Мес.			0.00
1	Наименование должности, позиции по проекту		0.00		0.00
2	Наименование должности, позиции по проекту		0.00		0.00
II.	РАСХОДЫ НА КОНСУЛЬТАНТОВ	Мес./Дн.			0.00
1	Наименование услуги		0.00		0.00
2	Наименование услуги		0.00		0.00
3	Наименование услуги		0.00		0.00
III.	ПРОГРАММНЫЕ РАСХОДЫ	Ед.			0.00
1	Мероприятие 1.				0.00
1.1	Заполнить наименование статьи				0.00
1.2	Заполнить наименование статьи				0.00
2	Мероприятие 2.				0.00
2.1	Заполнить наименование статьи				0.00
2.2	Заполнить наименование статьи				0.00
VI.	РАСХОДЫ НА СОДЕРЖАНИЕ ОФИСА	Мес./Ед.			0.00
1	Заполнить наименование статьи				0.00
2	Заполнить наименование статьи				0.00
ИТОГО					0.00