

ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ КУРСЫ «ГРАНТЫ-РТ»

О грантах просто и доступно

**Методические материалы
по социальному проектированию,
фандрайзингу, грантрайтингу**

**КАЗАНЬ
2020**

УДК 65(075.8)

ББК 65я73

И74

Составители:

**А.Г. Дыганов, Е.В. Рафиков, А.Д. Пашина,
Ю.А. Королева, Л.М. Сафина**

**И74 Информационно-образовательные курсы «Гранты-РТ». О гран-
тах просто и доступно:** методические материалы по социальному проектированию, фандрайзингу, грантрайтингу / сост.: А.Г. Дыганов, Е.В. Рафиков, А.Д. Пашина и др. – Казань: Типография Конверс, 2020. – 40 с.

ISBN 978-5-00130-388-6

Пособие содержит теоретический и практический материал по формированию социального проекта и подготовке заявки на грантовую поддержку.

Методические материалы разработаны в рамках проекта «Информационно-образовательные курсы “Гранты-РТ”», который реализуется на средства субсидии из бюджета Республики Татарстан некоммерческим организациям, реализующим социально значимые проекты.

Проект имеет видеOVERсию из 25 видеокурсов, которые находятся в свободном доступе на <https://vk.com/cissrt>.

УДК 65(075.8)

ББК 65я73

ISBN 978-5-00130-388-6

СОДЕРЖАНИЕ

1. Что такое грант?.....	4
2. Социальный проект.....	5
3. Формальные требования к НКО.....	6
4. Общие рекомендации по работе над проектами.....	7
5. Название проекта.....	7
6. Аннотация проекта.....	8
7. Полное описание проекта.....	9
8. География реализации проекта.....	10
9. Обоснование социальной значимости проекта.....	11
10. Целевая аудитория проекта.....	12
11. Цель проекта.....	13
12. Задачи проекта.....	14
13. Сроки реализации проекта.....	16
14. Партнеры проекта.....	17
15. Информационное сопровождение проекта	18
16. Количественные и качественные результаты.....	20
17. Дальнейшее развитие проекта.....	22
18. Ресурсы проекта.....	23
19. Руководитель и команда проекта.....	23
20. Календарный план.....	25
21. Какую сумму просить.....	28
22. Бюджет проекта – общая смета.....	29
23. Смета 2.0 – дополнительные рекомендации.....	30
24. Смета 3.0 – статьи расходов.....	31
25. Смета 4.0 – софинансирование.....	33
26. Источники финансирования.....	34
27. Приложения к заявке.....	35
28. Оценка заявки и проекта.....	35
29. Информация о грантах.....	36
30. Ресурсные центры поддержки СО НКО в Республике Татарстан...	38

ЧТО ТАКОЕ ГРАНТ?

Грант

Грант – это безвозмездная субсидия для некоммерческих организаций (далее – НКО) или, что бывает чаще, для социально ориентированных некоммерческих организаций (далее – СО НКО) на реализацию социального проекта с последующим отчетом об использовании денежных средств.

Конкурс

Гранты выделяются в рамках конкурсов среди СО НКО, реализующих социально значимые проекты и проекты в сфере защиты прав и свобод человека и гражданина. Так как это конкурс, то в нем есть победители и проигравшие.

Грантооператор

У каждого конкурса есть организатор – грантооператор. Это та организация, которая определяет правила конкурса, осуществляет прием и экспертизу проектов, выделяет средства победителям и проверяет отчетность.

Конкурсная документация

В каждом конкурсе есть правила участия, форма и процедура подачи заявки. Основной документ практически любого конкурса – это Положение.

Конкурсную документацию надо читать особенно внимательно!

Срок проведения конкурса

Конкурсная процедура имеет определенные сроки:

- срок объявления конкурса;
- сроки начала и окончания приема заявок;
- сроки рассмотрения заявок;
- срок объявления победителей;
- срок реализации проекта.

СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

Гранты для НКО – это гранты на социальные проекты.

Социальный проект – это комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на достижение конкретных общественно полезных целей в рамках определенного срока и бюджета.

Наиболее часто встречающиеся разделы проекта:

- название проекта;
- информация об авторе (организации);
- обоснование (социальной) значимости проекта;
- целевая аудитория проекта;
- цель проекта;
- задачи проекта;
- география проекта;
- сроки реализации проекта;
- количественные и качественные результаты (социальный эффект);
- ресурсы;
- руководитель и команда проекта;
- календарный план проекта;
- бюджет проекта (смета);
- дальнейшее развитие проекта;
- информационное обеспечение проекта.

В каждом конкурсе есть свои направления, и все они обеспечивают решение социальных задач. Обычно они указываются в конкурсной документации и на сайте конкурса.

Например:

- Фонд президентских грантов – 13 направлений;
- гранты Кабинета Министров Республики Татарстан – 9 направлений и 23 номинации;
- гранты Министерства экономики – 2 направления и 10 номинаций;
- конкурс социальных и культурных проектов ПАО «ЛУКОЙЛ» – 4 номинации.

Не являются социальными проектами:

- однодневные события (если они не сопровождаются большой работой с целевой аудиторией до и после);
- коммерческий проект (проект явно направленный исключительно на зарабатывание денег);
- решение внутренних проблем НКО (закупка офисной техники, прочего оборудования, которые не задействованы напрямую в реализации социального проекта).

ФОРМАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К НКО

У Вас есть социальный проект, и Вы хотите участвовать в конкурсе. В соответствии с конкурсной документацией проверьте, соответствует ли Ваше НКО формальным требованиям к конкурсу.

Основные требования к НКО:

- организационно-правовая форма (*как правило, политические партии, профсоюзы, кооперативы, ГБУ и МБУ в конкурсах участвовать не могут, но бывают исключения*);
- учредители (*как правило, кроме государственных органов и/или органов местного самоуправления*);
- срок деятельности (*как правило, не менее года. Грант Президента РФ – не менее полугода*);
- виды деятельности по Уставу (*см. статью 31.1 Федерального закона «О некоммерческих организациях»*);
- место регистрации;
- не ликвидируется и не банкротится;
- отсутствует задолженность по налогам и платежам;
- информационная открытость (наличие сайта организации, проекта, активность в медиа-среде);
- прочие условия.

Эти и другие требования указываются в конкурсной документации!

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАБОТЕ НАД ПРОЕКТАМИ (ЗАЯВКАМИ НА ГРАНТ)

Успешность работы над заявками определяется тем, как в целом организована проектная работа в НКО.

Обратите внимание:

- работу над заявкой желательно начинать до момента объявления о конкурсе;
- во время написания заявки заранее продумывайте, как Вы будете отчитываться за реализованные мероприятия, выполнение качественных и количественных показателей, а также за расходование денежных средств;
- не забывайте, что подготовка и подписание писем-поддержки от партнеров проекта требует времени, иногда партнеры просят прислать заготовленный проект письма;
- после оформления заявки рекомендуется отложить ее на пару дней, а затем несколько раз ее вновь перечитать, «свежий» взгляд позволит выявить технические ошибки, недочеты и слабые моменты;
- перед отправкой заявки можно обратиться к специалистам Ресурсных центров поддержки СО НКО для ее экспертной оценки. Эта работа также требует времени поэтому за консультацией необходимо обращаться заранее;
- если заявка не получила поддержку, но есть оценочный лист от грантооператора, то стоит проработать наиболее слабые разделы, получившие минимальную оценку. Например, по Фонду президентских грантов стоит посмотреть не только общий рейтинг заявки, но и оценки по отдельным критериям.

НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

Название проекта можно выбрать любое. Удачное название позволяет экспертам грантооператора сразу понять, о чем Ваш проект.

Желательно избегать:

- штампованных фраз;
- лозунгов;
- бюрократических словосочетаний;
- абстрактных формулировок;
- специальных терминов;
- ограничений в географии и видах деятельности организации.

Соблюдайте орфографию и пунктуацию!

Важно кратко, но емко сформулировать основной посыл проекта.

Примеры наиболее удачных названий проектов, получивших президентский грант:

- «Благопредприниматель» – образовательная программа для воспитанников детских домов Приволжского федерального округа по финансовой грамотности и навыкам ведения социально-значимого бизнеса;
- комплексная программа арт-терапии для детей с ограниченными возможностями здоровья и детей-сирот «Краски жизни»;
- цифровая платформа для эффективной коммуникации некоммерческих и коммерческих организаций с донорскими сообществами DonorSearch.

Как видно из примеров, названия проектов содержат в себе описательную часть и часть, взятую в кавычки, – уникальное наименование. Данное уникальное наименование позволит в будущем однозначно идентифицировать проекты и информацию по ним при запросах в сети Интернет.

Проверьте уникальность названия своего проекта, просто введя его в поисковую систему!

АННОТАЦИЯ (КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ) ПРОЕКТА

Аннотация или краткое описание проекта позволяет быстро понять ключевую суть проекта, его содержание и цель.

Как правило, объем аннотации ограничен (около 2000 знаков), поэтому излагать материал нужно кратко, четко, лаконично.

Не сочиняйте ничего нового!

Краткое изложение информации из всех разделов заявки.

Содержание аннотации:

- основная идея проекта;
- решаемая социальная проблема;
- целевая аудитория;
- механизм решения проблемы;
- ожидаемые результаты;
- планы на будущее развитие проекта.

Аннотация должна дать ответ на следующие вопросы:

1. Почему необходимо реализовывать проект?
2. Для кого проект будет реализован?
3. Что будет сделано в рамках проекта?
4. Какие позитивные изменения принесет проект?

Отрицательно влияет на восприятие аннотации:

- большой объем;
- излишняя эмоциональность;
- преобладание личного мнения;
- ошибки.

Часто именно аннотация используется для публичного представления проекта. Например, на сайте Фонда президентских грантов.

ПОЛНОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Обратите внимание, что грантооператоры часто предусматривают возможность представить более полное описание проекта. Такое описание позволяет экспертам более полно ознакомиться с уникальными характеристиками проекта, понять особенности и механизмы его реализации.

Полное описание проекта, это, прежде всего, визуализация проекта, поэтому нужно стремиться сделать материал более наглядным (фотографии, схемы, рисунки, графики и т. д.) и избегать больших текстов.

Формы представления полного описания проекта:

1. Презентация.
2. Видео.

Например, в Фонде президентских грантов в заявке прямо предусмотрен такой раздел, где можно представить информацию в электронном виде (либо дать ссылку на источник публикации).

Если заявка подается в бумажном варианте, то, как правило, можно к заявке приложить распечатанный вариант презентации.

Рекомендации:

1. Объем презентации – не более 10 слайдов.
2. Продолжительность видео – не более 2–3 мин.

ГЕОГРАФИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

География проекта – это территория реализации проекта.

От географии проекта зависят:

- организационные и управленческие решения;
- бюджет проекта;
- количество и форматы мероприятий;
- участие целевых групп.

Рекомендуется развивать проект от малого к большому. Реализуйте сначала успешный проект в одном районе, поселке, городе, далее с опытом и поддержкой расширяйте свою географию.

Основные географические границы реализации проектов:

- населенный пункт (деревня, поселок);
- муниципальный район;
- город;
- субъект Российской Федерации;
- федеральный округ;
- Российская Федерация.

При выборе географии проекта необходимо учитывать:

- характер и масштаб деятельности НКО;
- опыт реализации социальных проектов;
- ресурсы НКО;
- сроки реализации проекта;
- целевую аудиторию проекта;
- партнеров проекта.

Основная ошибка – безосновательно указывать слишком широкую географию проекта, не имея опыта, ресурсов и партнеров.

Чтобы расширить географию проекта:

1. Выстраивайте партнерскую сеть.
2. Реализуйте проект сезон за сезоном, каждый раз предлагая обществу логическое продолжение, чтобы вызвать доверие у экспертов грантооператора при оценке значимости и востребованности проекта.
3. Участвуйте в форумах, конференциях, ярмарках для СО НКО, где Вы можете представить свои проекты и найти партнеров и участников.

ОБОСНОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЗНАЧИМОСТИ ПРОЕКТА

Этот пункт позволяет понять экспертам грантооператора, насколько хорошо Вы разбираетесь в заявленной теме, знаете ли Вы свою аудиторию, что ее беспокоит, где находятся проблемные очаги, а главное, реально ли существует проблема или она надуманна, лишь бы получить грант.

Как правило, **самый большой коэффициент оценки проекта** – актуальность и социальная значимость проекта!

Подготавливая этот раздел, постарайтесь ответить на 2 вопроса:

1. Почему это Важно?
2. Есть ли реальная проблема?

Кроме того, важно использовать **факты, ссылки, источники с привязкой к географии и целевой аудитории проекта.**

В этом разделе важно указать:

- публикации в СМИ;
- выступления представителей власти;
- научные данные;
- социологические исследования;
- статистические данные;
- собственные опросы.

Проведите свой собственный анализ и представьте доказательства проблемы из проверенных источников (делайте соответствующие ссылки для подтверждения).

Объем описания социальной значимости проекта также ограничен количеством символов (не более 5000 знаков), поэтому излагать материал тоже нужно кратко, четко, лаконично.

Например, если ссылка на интернет-источник информации слишком длинная, то можно воспользоваться сервисом **<https://clck.ru>**, что значительно сэкономит Вам объем текста.

Не решайте проблемы мирового значения, делайте то, что в Ваших силах и возможностях!

Не используйте:

- общие фразы;
- шаблонные выражения;
- непроверенные сведения из Интернета;
- данные, которые не относятся к географии проекта;
- «сухой» научный язык.

Обратите внимание, что в основе оценки социальной значимости проекта лежит то, насколько точно вы формулируете решение проблемы для целевой аудитории проекта.

О Вашем проекте лучше Вас никто не расскажет, так что сделайте это сами!

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ПРОЕКТА

Самое главное в реализации проекта – это благополучатели: человек, люди, общество.

Весь мир в рамках проекта спасти невозможно, но проект поможет снизить остроту проблемы!

Рекомендуется выделять 3 целевые группы:

- прямая – благополучатели;
- дополнительная – те, кто параллельно вовлекается в проект;
- косвенная – прочие заинтересованные стороны.

Кроме того, необходимо **конкретизировать целевую аудиторию**.

Например, дети и подростки – кто это конкретно? Какого возраста? Или люди с ограниченными возможностями здоровья – все подряд? Или инвалиды с нарушениями развития слуха, зрения, речи, нарушениями опорно-двигательного аппарата?

Например, НКО запускает проект бесплатной школы по мини футболу для детей:

- 1. Прямая целевая аудитория – дети в возрасте от 7 до 12 лет.*
- 2. Дополнительная целевая аудитория – мамы, папы, бабушки и дедушки.*
- 3. Косвенная целевая аудитория – партнеры НКО (например, спортивный магазин).*

Основные целевые группы:

- алко- и наркозависимые, а также лица, страдающие от иных видов тяжелых зависимостей;
- беженцы;
- лица без определенного места жительства;
- ветераны;
- дети и подростки;
- женщины;
- лица, содержащиеся в местах лишения свободы;
- мигранты;
- многодетные семьи;
- люди с ограниченными возможностями здоровья;
- молодежь и студенты;
- пенсионеры;
- дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей;
- лица, попавшие в трудную жизненную ситуацию;
- онкобольные;
- лица с тяжелыми заболеваниями;
- лица, пострадавшие от насилия;
- лица, пострадавшие от катастроф и чрезвычайных ситуаций;
- лица, участвующие в профилактике и решении проблем окружающей среды;
- другое_____

Обратите внимание, что в различных конкурсах может быть свой перечень целевых групп благополучателей. Если в представленном перечне нет близкой категории, рекомендуется указывать и описать целевую группу в позиции «Другое».

Кроме того, не бойтесь в позиции «Другое» более детально расписать целевую группу, даже если она есть в представленном перечне.

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

Цель – это общее описание предполагаемых результатов и ожиданий, наивысшая точка достижений, к которой стремится команда проекта в ходе его реализации.

Цель должна быть одна!

А также:

- цель должна быть **реальной**;
- цель должна **соотноситься с проблемой**, видами деятельности НКО и бюджетом проекта;
- цель должна существенно **улучшить ситуацию**, изложенную в описании проблемы (достижение социального эффекта);
- цель должна **соответствовать цели конкурса и миссии организации** и быть направленной на решение проблемы.

Есть специальная методика формирования цели – **SMART-модель**:

S – Specific – конкретный.

M – Measurable – измеримый.

A – Achievable – достижимый.

R – Relevant – актуальный.

T – Time-bound – ограниченный во времени.

Цель по SMART показывает конкретное действие, желаемые количественные результаты, способы достижения цели, актуальность проекта и ограничение по времени (табл. 1).

Таблица 1

Цель неправильная	Цель правильная
Пропаганда и популяризация участия в конкурсах грантов в Республике Татарстан	Увеличить грантовую активность 70 СО НКО из 12 муниципальных районов Казанской экономической зоны Республики Татарстан через расширение профессиональных компетенций представителей СО НКО и развитие информационной открытости в период с января по март 2019 г.

Правильная цель помогает экспертам грантооператора понять, нужен ли Ваш проект обществу!

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

К цели проекта необходимо прийти, выполнив определенные ключевые действия. Обратите внимание, что формулировка задач не должна дублировать мероприятия проекта, ведь одна и та же задача может решаться разными способами.

Как правило, рекомендуется указывать не более 5 задач!

Задачи – это этапы (шаги) на пути к достижению цели.

Содержание задач:

- подготовка к проекту;
- реализация проекта;
- заключительная часть проекта;

Требования к формулированию задач:

- задачи **формулируются в виде утверждений о действиях**, ориентированных на результат;
- задачи **должны быть связаны между собой**, необходимыми и достаточными для достижения цели проекта;
- задачи **должны быть реалистичными** и максимально конкретными (табл. 2).

Таблица 2

Задачи неправильные	Задачи правильные
<ul style="list-style-type: none">– повышение роли участников проектов;– оказание всесторонней поддержки;– укрепление семейных отношений	<ul style="list-style-type: none">– разработать Положение, Конкурсную документацию и Учебно-методический материал по Проекту;– сформировать пул задействованных в мероприятиях Проекта экспертов и спикеров из числа преподавателей и предпринимателей социальной и технологической направленности, в том числе маршрутный лист для ознакомления с действующими бизнес-проектами;– подготовить и запустить информационно-заявочную кампанию в сети «Интернет» и прочих источниках информирования целевой аудитории Проекта;– провести очную образовательную программу для преподавателей ссузов (потенциальных трекеров) для дальнейшего взаимодействия с ними в рамках Проекта;– подготовить и организовать заочный конкурсный отбор и очный этап (конкурсно-образовательную часть) программы развития проектов в области технологического и социального предпринимательства «Новый предприниматель Республики Татарстан» для студентов ссузов

Для решения задач требуется проведение мероприятий, поэтому задачи неразрывно связаны с календарным планом проекта. Помните, что каждая задача – это шаг, после выполнения которого, вы постепенно приближаетесь к выполнению заявленной цели.

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Социальный проект ограничен во времени и необходимо понять, в какой срок НКО сможет его качественно реализовать.

В конкурсной документации обычно прописываются сроки реализации проектов!

Сроки реализации проектов:

1. Как правило – до 12 мес. (1 год).
2. Фонд президентских грантов – краткосрочные проекты (до 18 мес.) и долгосрочные проект (до 36 мес. реализации).

Ставьте реальные сроки!

Не надо искусственно растягивать сроки. Опытные эксперты это сразу замечают.

При расчете сроков реализации проекта учитывайте:

- время года;
- финансовые возможности;
- ожидания аудитории;
- работу команды;
- подготовительные работы;
- завершающие действия.

Не забывайте, что даже для однодневного мероприятия есть срок подготовки и срок завершения всех действий!

ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА

Партнеры НКО играют очень важную роль в реализации проектов и заявках на гранты.

Подготавливая этот раздел, постарайтесь ответить на 2 вопроса:

1. Кто Ваш партнер?
2. Что он вкладывает в Ваш проект?

Возможные партнеры НКО:

- специалисты;
- другие НКО;
- бизнес-сообщество;
- СМИ;
- администрации и исполкомы;
- территориальные общественные самоуправления (ТОС);
- государственные и муниципальные учреждения;
- граждане или их объединения;
- эксперты;
- депутаты.

Какой вклад партнеры могут внести в проект:

- время;
- место;
- имущество;
- специалисты;
- публикации;
- другой.

И не забывайте, что любой вклад можно **монетизировать**, т. е. представить денежный эквивалент, который затем следует отразить в бюджете проекта в разделе софинансирование.

Экспертам грантооператора важно понимать, что проект интересен не только Вам!

Важно подтвердить факт партнерства. Как правило, это делается **в форме письма-поддержки или соглашения о сотрудничестве.**

Обратите внимание, что необходимо приложить все письма от заявленных партнеров проекта (табл. 3).

Таблица 3

Пример письма о партнерстве от организации	Пример письма о партнерстве от физического лица
<p><i>На бланке организации</i></p> <p style="text-align: right;">В Фонд президентских грантов</p> <p>ООО «Такое-то» готово поддержать проект «НАЗВАНИЕ» и предоставить на мероприятия питьевую негазированную воду объемом 0,5 л в количестве 1 000 шт. на общую сумму 15 000 руб.</p> <p>Ответственное лицо: Петров П.П. +7-9000-000-000</p> <p>Директор Иванов И.И. <i>(печать, подпись)</i></p>	<p style="text-align: right;">В Фонд президентских грантов</p> <p>Я, Иванов Иван Иванович, организатор культурно-массовых мероприятий готов поддержать проект «НАЗВАНИЕ», принять участие в организации и проведении развивающей смены для детей и провести мастер-класс по гончарному искусству продолжительностью 6 ч.</p> <p>Один час занятий стоит 1 000 руб., но в рамках проекта я готов провести их бесплатно.</p> <p>Портфолио прилагается.</p> <p style="text-align: right;">Иванов И.И. <i>(подпись)</i></p>

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОЕКТА

Эксперт грантооператора должен без труда узнать необходимую информацию об НКО в сети Интернет, желательно на собственных информационных ресурсах НКО: сайт, социальные сети и т. д.

НКО должно отвечать правилам информационной открытости и доступности!

Информационная открытость НКО – это:

- свой сайт;
- группа в социальных сетях;
- страничка на портале nkort.ru (портал НКО Республики Татарстан);
- публикации в интернете и СМИ.

Эксперты грантооператора хотят увидеть не только информационную открытость НКО, но и проекта. Расскажите в заявке, как Вы будете общаться с журналистами, продвигаться в социальных сетях, иными словами покажите возможности по вовлечению аудитории в проект.

Формируя социальный проект необходимо подготовить и **медиаплан продвижения проекта**, то есть информационные ресурсы, которые можно задействовать и использовать для распространения информации о проекте, анонсировать мероприятия, публиковать пост-релизы и т. д.

Информационные ресурсы для публикации информации о проекте:

- сайт и социальные сети НКО;
- сайты и социальные сети партнеров проекта;
- СМИ (газеты, журналы, радио, телевидение);
- порталы органов государственной и муниципальной власти;
- порталы Общественной палаты и Общественных советов;
- специализированные ресурсы для НКО, в том числе Ресурсных центров поддержки СО НКО;
- портал nkort.ru (для НКО Республики Татарстан);
- другие ресурсы.

Привлекайте к своему проекту лидеров мнений и рассказывайте о проекте на оффлайн и в онлайн мероприятиях, пресс-конференциях, брифингах и т. п.

Рекомендуется заранее создавать социальные сети проекта и не накручивать их фэйками (фальшивыми участниками). Пусть первое время будет немного подписчиков, зато реальные. Обязательно разместите информацию о команде, реализованных проектах, финансовую отчетность или отчет по ранее предоставленным грантам. Без присутствия НКО в интернете экспертам грантооператора сложно понять ее историю, текущую деятельность, достижения и многое другое.

Помните, что **важно отслеживать публикации** о Вашем социальном проекте на «внешних» ресурсах. И фиксировать их, например, как представлено в табл. 4.

Таблица 4

№	Дата публикации	Название публикации	Наименование ресурса	Категория публикации	Ссылка
1	25.09.2019	1, 2 и 3 октября семинары «ГРАНТЫ-РТ» в Закамской зоне Татарстана	Общественная палата Республики Татарстан	Интернет	http://oprt.tatarstan.ru/rus/index.htm/news/1569079.htm

В последующем это послужит основой:

- для отчетности по гранту;
- при формировании будущих грантовых заявок.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В количественных результатах особенно важно показать связь желаемого эффекта с календарным планом и бюджетом проекта, однако на первом месте должна стоять целевая аудитория, то есть, благополучатели.

Количественные результаты должны отвечать на вопрос «что сделано?»:

- количество граждан, принявших участие в проекте;
- количество проведенных мероприятий;
- количество предоставленных услуг;
- количество публикаций в СМИ;
- другие.

Избегайте указывать завышенные и заниженные результаты, а также не используйте результаты текущей деятельности НКО!

Требования к количественным показателям:

- измеримы;
- достижимы;
- достоверны;
- однозначны;
- объективны.

Количественные показатели рекомендуется указывать:

1. В натуральных числах (5, 100, 250 и т. д.).
2. В единицах измерения (шт., ед., человек и пр.).

Избегайте указывать показатели в процентах!

Количественные показатели в общих чертах позволяют просчитать **экономическую эффективность проекта**. Согласитесь, потратить 499 000 руб. на 200 человек (2 495 руб. на человека) может быть гораздо эффективнее, чем потратить на эти же 200 человек, но уже 1 000 000 руб. (5 000 руб. на человека).

Примеры формулировок количественных показателей:

- количество участников мероприятий проекта – 1 000 человек;
- количество проведенных мероприятий – 100 ед.;
- количество вовлеченных в проект музеев – 10 ед.;

- количество скачиваний/просмотров изданного учебного материала проекта – 100 000 ед.;
- количество городов, где реализуется проект – 3 ед.

Количественные показатели, как правило, в случае получения гранта фиксируются в соглашении с грантооператором. Поэтому НКО впоследствии, придется отчитываться за достижение этих показателей!

В качественных результатах важно показать, как планируется измерить социальный эффект от реализации проекта. Это могут быть различные способы получения обратной связи. Необходимо понять, насколько велик вклад проекта в изменение его участников и общества.

Качественные результаты должны отвечать на вопрос «что изменилось?»

Это касается позитивных изменений у целевой аудитории, которые произошли в результате проведения мероприятий проекта.

Примеры измерения качественных показателей:

- результаты опросов;
- результаты анкетирования;
- экспертные мнения;
- иные реальные доказательства изменения аудитории.

Примеры формулировок качественных показателей:

- вовлечение участников проекта в посещение музеев на регулярной основе;
- сформирована рабочая группа молодежи, целью которых является дальнейшая популяризация культурного наследия в музеях через дополнительные мероприятия и интерактивы;
- увеличение посещаемости музеев, вовлеченных в проект;
- сформированы новые IT-инструменты знакомства с экспонатами музеев.

Типичные ошибки при указании качественных и количественных результатов:

- неверные расчеты;
- завышенные или заниженные данные;
- показатели указаны в процентах;

- абстрактные цифры;
- умозрительные результаты.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ ПРОЕКТА

Грантооператор заинтересован в поддержке проектов, которые в дальнейшем будут развиваться, а значит выполнять социальную функцию. Важно сделать акцент, что проект ориентирован на длительный период, его можно масштабировать и тиражировать.

Грант – это первоначальные средства, способствующие самостоятельному развитию проекта в будущем!

В этом пункте заявки необходимо показать, что у НКО есть возможность и желание развивать проект и после окончания конкурса, что у проекта есть потенциал к развитию в новой географии и с новыми целевыми аудиториями, в том числе и без грантовой поддержки.

Модели развития проекта:

1. **Филиал, представительство** (есть город и менеджмент, который Вы полностью курируете).
2. **Социальная франшиза** (лицензию на реализацию проекта у Вас покупают).
3. **Open Source** (Вы отпускаете проект в свободное плавание, даете все инструкции для самостоятельного запуска).
4. **Социальное предпринимательство** (развиваете проект по бизнес-модели).
5. **Тиражирование по модели B2G** (министерства и ведомства интегрируют проект в свой план-график проведения мероприятий, содействуют совместной реализации).

Ваш проект не должен носить разовый характер!

Например, проект «Зеленый фитнес» (победитель конкурса Президентских грантов в 2017 и 2018 гг.) развивался следующим образом:

1. *Центральный офис проекта находится в г. Казани, где формируются все цели, планы и т.д. Представители проекта находятся в нескольких городах по Республике Татарстан и получают организационную, методическую, ре-*

сурсную и иную поддержку из Казани. При этом здесь осуществляется усиленный контроль за реализацией всех мероприятий проекта.

2. *Open Source* – к проекту на добровольных началах присоединяются НКО, гражданские активисты по всей России. Такое открытое партнерство предполагает обеспечение всех инструкций по подготовке, реализации проекта.

РЕСУРСЫ ПРОЕКТА

Для реализации проекта у НКО должны быть соответствующие ресурсы.

Ресурсы бывают:

1. Собственные, в том числе на правах аренды.
2. Привлеченные.

К ресурсам относятся:

1. Помещения или какая-либо территория.
2. Оборудование и инвентарь.
3. Собственные разработки, методики и т. д.
4. Специалисты.

Для подтверждения использования в проекте привлеченных ресурсов необходимо заручиться соответствующими письмами-поддержки.

Грантооператор должен видеть, что ресурсов НКО (собственных и привлеченных) достаточно для реализации проекта!

РУКОВОДИТЕЛЬ И КОМАНДА ПРОЕКТА

Кадры решают все, и это не пустые слова. Грантооператор должен понимать, что проект находится в руках профессионалов.

Команда проекта – это руководитель проекта и 5–7 ключевых участников команды.

Руководитель проекта может и не быть руководителем НКО и не состоять в штате НКО!

Сведения об участниках команды:

- Ф.И.О.;
- возраст;
- образование (основное и дополнительное);
- опыт работы;
- опыт участия в социальных проектах;
- достижения;
- публикации;
- ссылки на странички в социальных сетях;
- дополнительные сведения.

Если участник команды проекта не является сотрудником НКО, то от него необходимо получить письмо-согласие об участии в проекте.

Слагаемые успеха команды:

- достаточность участников;
- профессионализм участников;
- информативность сведений об участниках.

Информация о команде проекта может вноситься в заявку «вручную», то есть всю информацию на каждого участника придется вносить в заявку «от и до», а также, возможно, прикладывать копии каких-либо подтверждающих документов (например, об уровне квалификации).

Можно частично вносить информацию «вручную», а частично переадресовывать на социальные сети членов команды, где размещена более подробная информация.

Мы рекомендуем создавать электронные резюме и именно ссылки на них указывать в соответствующем разделе заявки на грант.

Обратите внимание, что Фонд президентских грантов запустил платформу «Созидатели» (<https://sozidateli.ru>), на которой всем участникам проекта рекомендуется регистрироваться и вносить свои данные.

С 2019 г. раздел «Руководитель и команда проекта» обновился. Появился выбор: либо вручную заполнять информацию о каждом человеке в личном кабинете сайта Фонда, либо создать профиль на платформе «Созидатели» и далее выстроить связь с этим аккаунтом.

При заполнении сведений о членах команды информация должна быть:

- **актуальной** (например, сведения о наградах, повышении квалификации и т. п. должны относиться к грантовой области, например, реабилитация лиц с ОВЗ и т. п.);
- **достоверной** (например, опыт работы должен быть подтвержден наличием трудового или гражданско-правового договора; если работа выполнялась в качестве волонтера/добровольца ее также необходимо подтвердить личной книжкой волонтера или сертификатом);
- **точной** (например, все ссылки на социальные сети должны быть указаны верно);
- **однозначной** (например, все статусы, фотографии и комментарии автора в профилях социальных сетей не должны носить провокационный характер);
- **полной** (например, не следует ограничиваться только регистрацией и общей информацией о себе на сайте «Созидатели», необходимо заполнить все поля профиля).

Например, Ваш проект связан с использованием какой-либо особой методики, но в команде проекта нет ни одного специалиста, кто бы мог работать по данной методике. И здесь может быть два варианта: либо в команде действительно нет такого специалиста, либо в описании команды или на сайте «Созидатели» у соответствующего специалиста не указана такая информация и нет подтверждающих документов.

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

Календарный план – это раздел проекта, который определяет последовательность и сроки выполнения отдельных мероприятий. Поэтому в календарном плане необходимо перечислить все мероприятия проекта.

В описании мероприятий указывается краткая механика, того как будет реализовываться проект, сроки, ответственные, места проведения, целевые аудитории и ожидаемые результаты.

Необходимо объединить единой линией описательную часть проекта, смету и календарный план. Ошибочно в смете просить средства на одни мероприятия, а в плане указывать другие.

Оформление календарного плана представлено в табл. 5.

Таблица 5

№	Решаемая задача	Мероприятие	Дата начала	Дата завершения	Ожидаемые результаты
	Задачи в календарном плане должны строго соответствовать задачам, указанным в соответствующем разделе заявки	Указываются мероприятия, необходимые для решения задачи. На одну задачу может быть несколько мероприятий!	В зависимости от гранта может быть указана точная дата или месяц и год. Первая дата должна совпадать с датой начала реализации проекта	В зависимости от гранта может быть указана точная дата или месяц и год. Последняя дата должна совпадать с датой окончания реализации проекта.	Количественные и качественные результаты проекта. Результаты должны совпадать с данными, которые Вы указали в соответствующем разделе заявки. Общие количественные результаты могут быть суммированы по результатам разных мероприятий

Большое количество мероприятий может озадачить экспертов грантооператора. **Рекомендуется объединять похожие действия в большие блоки.**

Если грантооператор в конкурсной документации не установил форму календарного плана, то мы рекомендуем воспользоваться формой, представленной в данных методических рекомендациях.

Пример календарного плана представлен в табл. 6.

Таблица 6

№	Решаемая задача	Мероприятие	Дата начала	Дата завершения	Ожидаемые результаты
1	Разработать и подготовить образовательную программу, учебно-методические и презентационные материалы по программе	Разработка образовательной программы, учебно-методических и презентационных материалов по программе, включая учебно-тематический план, содержание презентаций социальных проектов, медиаплан, контрольные задания, график проведения мероприятий	15 июля 2020 г.	15 августа 2020 г.	Одна разработанная и утвержденная образовательная программа, соответствующая требованиям, предъявляемым к программам дополнительного профессионального образования объемом не менее 16 ч

2	Информировать представителей потенциальных целевых групп о возможностях пройти обучение в рамках проекта, провести отборочную компанию	Подготовка пресс-кита проекта и проведение информационной кампании по участию целевой аудитории в проекте через информационные ресурсы проекта и его партнеров	15 августа 2020 г.	30 сентября 2020 г.	Пресс-кит проекта, включая пресс-релизы и информационные письма
3	Реализовать в Казани образовательный интенсив для представителей потенциальных целевых групп	Образовательно-практические мероприятия для представителей целевой группы, в рамках которых будут даны как теоретические основы, так и практические инструменты и «лайфхаки» для обеспечения информационной открытости, медиапродвижения и подготовки презентаций проектов СО НКО. Мероприятия будут проходить очно на площадках партнеров проекта, с участием спикеров-практиков	1 октября 2020 г.	30 октября 2020 г.	30 участников – представителей СО НКО в Казани 3 дня в течение 3 недель пройдут теоретическое и практическое обучение по образовательной программе с подготовкой итоговой презентации социального проекта, реализуемого или планируемого к реализации СО НКО, а также разработанным медиапланом СО НКО
4	Подготовить и провести итоговую публичную защиту проектов целевой аудитории	Итоговое мероприятие по публичной презентации социального проекта, разработанного представителем целевой аудитории, проходящим обучение. Мероприятие пройдет очно в шоу-руме медиацентра КФУ с видеозаписью мероприятия	ноябрь 2020 г.	ноябрь 2020 г.	10 участников – представителей СО НКО в Казани проведут публичную презентацию своего социального проекта перед спикерами образовательной программы, представителями организаций-партнеров проекта, членами Общественной палаты Республики Татарстан. Видеозапись мероприятия позволит провести по-

					следующий анализ и разбор выступлений
5	Провести мониторинг информационной активности целевой аудитории после участия в проекте и оказать дополнительную консультационную поддержку	Контроль выполнения медиа-плана, разработанного участниками образовательной программы. Мониторинг изменений медиа-ресурсов СО НКО. Проведение консультаций по развитию медиа-активности СО НКО. Мероприятие может носить дистанционный характер работы	ноябрь 2020 г.	декабрь 2020 г.	30 СО НКО, чьи представители прошли обучение, повысили активность в сети Интернет и увеличили количество публичных презентаций грантовых проектов, а также получают консультационное сопровождение по развитию медиа-активности, согласно медиа-планов

КАКУЮ СУММУ ПРОСИТЬ

Стоит обратить внимание, что в одних грантовых конкурсах величина гранта заявлена сразу, в других нет.

Размеры грантов в конкурсе Фонда президентских грантов:

- до 500 000 руб.;
- от 500 000 до 3 000 000 руб.;
- от 3 000 000 до 10 000 000 руб.;
- свыше 10 000 000 руб.

И чем выше категория, тем выше требования и тем труднее получить высокую оценку (баллы) и финансирование. Кроме того, как правило если проект носит локальный формат, то рекомендуется просить до 500 000 руб., региональный – до 3 000 000 руб., ну а межрегиональный и федеральный – и того больше.

Фонд президентских грантов представлен в табл. 7.

Таблица 7

	до 500 000 руб.	500 000 – 3 000 000 руб.	3 000 000 – 10 000 000 руб.	свыше 10 000 000 руб.
Баллы	от 60	от 68	от 70	
Охват	локальный	региональный	межрегиональный	федеральный

Если размер гранта не регламентирован, то, как правило, есть сложившаяся практика, на которую можно и нужно ориентироваться.

Например, гранты Кабинета Министров Республики Татарстан и гранты Министерства экономики Республики Татарстан составляют в среднем от 250 000 до 350 000 руб. Гранты Министерства экологии Республики Татарстан составляют в среднем от 100 000 до 200 000 руб.

Самая частая ошибка – это слишком завышенный запрос, без оснований и без доказательств того, что проект стоит таких денег, а также, если у грантооператора нет практики выдачи таких сумм.

Например, запросить в Фонде президентских грантов 499 928 руб. лучше, чем 500 015 руб., так как заявка попадает в категорию с меньшими критериями оценки, а значит больше шансов получить желаемую сумму.

И не стоит запрашивать 3 000 000 руб., если средний размер гранта составляет 300 000 руб.

БЮДЖЕТ ПРОЕКТА – ОБЩАЯ СМЕТА

Эксперты грантооператора оценивают связь запрашиваемых средств с заявленными мероприятиями, адекватность запроса конкретных позиций и сумм, личную и партнерскую заинтересованность. Важно еще то, что средства гранта выделяют не на повышение зарплаты сотрудников НКО и не на решение текущих задач НКО, а на достижение социального эффекта, на повышение качества жизни целевой аудитории и общества.

Примерно 30 % от общего бюджета проекта должно быть собственным вкладом НКО. Причем собственный вклад – это собственные ресурсы НКО плюс софинансирование от партнеров проекта.

Примерная структура сметы:

- оплата труда штатных сотрудников;
- выплаты физическим лицам;
- страховые взносы;
- командировочные расходы;
- офисные, канцелярские товары и расходные материалы;
- приобретение, аренда специализированного оборудования, инвентаря и сопутствующие расходы;

- разработка и поддержка сайтов, информационных систем и иные аналогичные расходы;
- оплата юридических, информационных, консультационных услуг и иных аналогичных расходов;
- расходы на проведение мероприятий;
- издательские, полиграфические и сопутствующие расходы;
- прочие прямые расходы.

На что НЕЛЬЗЯ тратить средства гранта:

- расходы, несвязанные с реализацией проекта;
- приобретение недвижимого имущества;
- капитальное строительство;
- приобретение алкогольной и табачной продукции;
- приобретение предметов роскоши;
- финансирование политических партий, кампаний и акций, подготовку и проведение митингов, демонстраций, пикетирований;
- погашение задолженности организации;
- уплаты штрафов, пеней;
- осуществление коммерческой деятельности.

При формировании бюджета проекта рекомендуем:

- делайте пояснения к статьям затрат (**чем подробнее, тем лучше, нужно аргументировать расходы**);
- указывайте реальные суммы (реальность можно подтвердить ссылками на соответствующие источники информации);
- смета должна отражать все мероприятия календарного плана;
- соблюдайте конкурсные условия;
- не забывайте про софинансирование (личный вклад и поддержка партнеров);
- внимательно считайте.

СМЕТА 2.0 – ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

На что НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ запрашивать средства:

- реклама и продвижение;
- выделение грантов из средств гранта (регрантинг);
- подарки дороже 4 000 руб.;
- продукты питания для благотворительной раздачи;

- благотворительную помощь;
- фундаментальные научные исследования;
- издание рукописей;
- создание памятников, монументов;
- осуществление коммерческого проекта;
- непредвиденные расходы.

В Фонде президентских грантов на оплату услуг сторонних организаций и индивидуальных предпринимателей за счет гранта следует закладывать не более 30 % бюджета проекта.

В статьях затрат рекомендуется указывать среднюю цену по рынку, для того, чтобы минимизировать риски повышения или падения цены в процессе реализации проекта. В случае запроса на дорогостоящую позицию рекомендуется приложить подтверждающие документы и показать подробное описание, зачем это нужно в проекте и как будет использовано после конкурса.

СМЕТА 3.0 – СТАТЬИ РАСХОДОВ

Каждая смета состоит из определенных статей затрат, к которым предъявляются свои требования и есть сложившаяся практика по их заполнению.

Формируя смету проекта **необходимо заранее уточнить необходимые расценки** на товары, работы, услуги, то есть, провести работу по поиску потенциальных контрагентов.

Заранее проверяйте добросовестность контрагентов!

ОПЛАТА ТРУДА

Указывайте реальный размер оплаты труда по региону. Покажите конкретный функционал специалиста и его связь с задачами проекта.

Оплату труда можно производить:

- **штатным сотрудникам** – по дополнительному соглашению к трудовому договору и приказу;
- **физическим лицам** – по гражданско-правовым договорам;
- **самозанятым** – по гражданско-правовым договорам.

Удержания с выплат:

- по трудовому договору **со штатным сотрудником** – 13 %;
- по гражданско-правовому договору **с физическим лицом** – 13 %;
- по гражданско-правовому договору **с самозанятым** – 0 %.

Не забывайте о страховых начислениях:

- 30,2 % – штатным сотрудникам;
- 27,1 % – по гражданско-правовым договорам;
- 0 % – по гражданско-правовым договорам с самозанятыми.

КОМАНДИРОВОЧНЫЕ И ТРАНСПОРТНЫЕ РАСХОДЫ

По поводу командировок и прочих транспортных расходов сначала нужно задуматься об их целесообразности. В современном мире многое можно решить дистанционно.

Командировочные расходы могут быть оплачены только штатным сотрудникам НКО.

Услуги по перевозке людей должны осуществлять только **лицензированные перевозчики**.

ПОЛИГРАФИЯ

По полиграфии также необходимо понимать, для чего и сколько Вам необходимо листовок, афиш, методичек и пр., особенно если ключевые целевые аудитории активно пользуются Интернетом.

Не забывайте, что для фото и видеоматериалов хорошо использовать **элементы визуального представления проекта**: пресс-вол, ролл-ап и другие средства визуализации.

ОБОРУДОВАНИЕ И ИНВЕНТАРЬ

Оборудование и инвентарь нужно рассматривать с позиции проекта, а не обеспечения потребностей НКО. Если дорого купить, продумайте вопрос аренды или наоборот.

Нельзя приобретать имущество «с рук», например, через специализированные сайты Avito, Юла и т. д., так как в этом случае будут отсутствовать подтверждающие документы.

КАНЦЕЛЯРСКИЕ ТОВАРЫ И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Все, что относится к товарно-материальным ценностям (ТМЦ) нужно внимательно продумать для проекта: наименование, количество, реальная потребность.

Не забывайте, что все **ТМЦ необходимо «списать»**, что, в том числе, станет фактом использования их в рамках реализации проекта.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

Если под проект нужно создать специализированный информационный ресурс, интернет-портал, программу, то рекомендуется подробно указать технические особенности разработки и ведения функционала.

ОФИСНЫЕ РАСХОДЫ

В офисных расходах учитываем аренду, коммунальные платежи, связь, банковские услуги, почту и так далее.

Все позиции в смете должны быть связаны с календарным планом и задачами проекта!

РАСХОДЫ НА ПРОВЕДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ

Расходы на проведение мероприятий могут включать в себя:

1. Приобретение имущества.
2. Аренду имущества.
3. Оказание услуг.
4. Проезд участников к месту проведения мероприятий и обратно и их проживание.
5. Питание участников.

В зависимости от характера мероприятий формируются и затраты. Все это должно быть отражено в календарном плане, а также расшифровано в соответствующих статьях затрат.

СМЕТА 4.0 - СОФИНАНСИРОВАНИЕ

Софинансирование — это вклад НКО-заявителя и его партнеров в смету проекта в виде денежного или иного эквивалента на конкретные позиции.

По общему правилу, софинансирование проекта должно составлять примерно 30–50 %.

Софинансирование, как и партнерство, должно быть подкреплено письменно!

Софинансирование бывает прямое (денежные средства) и косвенное (оборудование, продукция и услуги, переведенные в денежное выражение).

Например, бизнес-партнер предоставляет НКО 1 000 бутылочек воды по 15 рублей каждая, что составляет 15 000 руб. Это вклад бизнес-партнера в проект. СМИ публикует о проекте 5 статей по 5 000 руб. каждая, что составляет 25 000 руб. Это вклад СМИ в проект.

В конкурсе президентских грантов софинансирование необязательно, а в некоторых конкурсах размер софинансирования строго регламентирован.

В некоторых конкурсах на момент подачи заявки **необходимо подтвердить факт софинансирования**. Обычно это делается письмами поддержки.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Есть мнение, что большинство НКО существуют только на гранты. Нет гранта, нет НКО. Но грант – это всего лишь стимул для реализации проекта и независимого развития. Эксперты грантооператора хотят видеть, как проект может развиваться без грантовой поддержки.

Источники финансирования проектов:

- гранты;
- конкурсы;
- премии;
- партнеры (бизнес, государство, НКО);
- краудфандинг (народное финансирование) – planeta.ru, boomstarter.ru;
- приносящая доход деятельность НКО;
- льготные и беспроцентные займы;
- благотворительность (сбор частных пожертвований через ресурсы НКО);
- субсидии государства.

ПРИЛОЖЕНИЯ К ЗАЯВКЕ

Краткое или даже полное описание не всегда позволяют экспертам грантооператора понять проект и опыт НКО. В этом могут помочь дополнительные материалы (приложения к заявке).

Примеры дополнительных материалов к заявке:

- грамоты и дипломы;
- благодарственные письма;
- фото- и видеоматериалы;
- презентации;
- схемы;
- диаграммы;
- патенты;
- разработанные методики;
- прототип;
- варианты бренд-бука;
- многое другое.

Обычно к данному пункту заявки нет особых требований. Главное, используйте качественные материалы и, по общему правилу, не стоит прикладывать информацию старше 3 лет.

ОЦЕНКА ЗАЯВКИ И ПРОЕКТА

Каждый проект, равно как и каждую заявку, можно предварительно оценить. Самостоятельно это делать сложно, но возможно, если ориентироваться на определенные критерии.

Грантооператор может подробно прописать эти критерии в конкурсной документации, а может озвучить это в общих чертах.

Для предварительной оценки проектов мы рекомендуем воспользоваться критериями оценки Фонда президентских грантов (табл. 8).

Таблица 8

Критерий оценки	Коэффициент значимости для заявок в зависимости от запрашиваемой суммы гранта			
	до 500 тыс. руб.	500 тыс. – 3 млн руб.	3–10 млн руб.	свыше 10 млн руб.
Актуальность и социальная значимость проекта	2	1	1	1,5
Логическая связность и реализуемость проекта, соответствие мероприятий проекта его целям, задачам и ожидаемым результатам	2	1	1	1
Инновационность, уникальность проекта	0,5	0,5	0,5	0
Соотношение планируемых расходов на реализацию проекта и его ожидаемых результатов, адекватность, измеримость и достижимость таких результатов	2	1,5	1,5	1
Реалистичность бюджета проекта и обоснованность планируемых расходов на реализацию проекта	1	1,5	1,5	1,5
Масштаб реализации проекта	0	0,5	0,5	0,5
Собственный вклад организации и дополнительные ресурсы, привлекаемые на реализацию проекта, перспективы его дальнейшего развития	0,5	1	1	1
Опыт организации по успешной реализации программ, проектов по соответствующему направлению деятельности	0,5	1	1	1
Соответствие опыта и компетенций команды проекта планируемой деятельности	1	1	1	1
Информационная открытость организации	0,5	1	1	1

Кроме того, Вы можете обратиться в Ресурсные центры поддержки СО НКО, чтобы специалисты также смогли провести предварительную экспертизу (оценку) Ваших проектов.

ИНФОРМАЦИЯ О ГРАНТАХ

Информацию о конкурсах и грантовых программах можно получать из разных источников.

Подписка на рассылки различных сообществ и грантооператоров:

- Фонд президентских грантов (президентскиегранты.рф);
- «Росмолодежь» (fadm.gov.ru) и АИС «Росмолодежь» (myrosmol.ru);
- Агентство социальной информации (asi.org.ru);
- электронный журнал о благотворительности «Филантроп» (<https://philanthropy.ru>);
- проект «Все конкурсы» (vk.com/vsekonkursyru, vsekonkursy.ru);
- сообщество «Площадь возможностей» (vk.com/inforpv);
- Центр инноваций социальной сферы (Ресурсный центр поддержки СО НКО) (vk.com/cissrt);
- «Капитан Грантов» (телеграм-канал t-do.ru/cptgrantov, vk.com/cptgrantov);
- агрегатор конкурсов и грантов «Капитан Грантов» (<https://cptgrants.org>);
- др.

На сайтах различных министерств, администраций городов и районов, как правило, размещена информация о поддержке НКО и граждан, а также публикуются новости о старте приеме заявок на конкурсы.

Можно использовать поисковые сервисы (Google, Яндекс и др.) и с помощью запросов (например, гранты для НКО) находить необходимую информацию.

Подписывайтесь на рассылки Ресурсных центров поддержки СО НКО в Республике Татарстан.

РЕСУРСНЫЕ ЦЕНТРЫ ПОДДЕРЖКИ СО НКО В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

г. Казань	Центр инновационного развития и трансфера технологий	http://ciss-rt.ru https://vk.com/cissrt ciss.rt@mail.ru +7 (843) 233-74-09 г. Казань, ул. Пушкина, д. 27
г. Набережные Челны	Ресурсный центр социально ориентированных некоммерческих организаций «Горизонт»	+7 (960) 067-39-61 irina-komadorova@yandex.ru г. Набережные Челны, ул. Зеленая, д. 19
г. Альметьевск	Ресурсный центр социально ориентированных некоммерческих организаций «Вертикаль»	https://rcv16.ru rcv16@mail.ru 2217070@mail.ru +7 (917) 221-70-70 г. Альметьевск, ул. Лермонтова, 45а
г. Чистополь	Ресурсный центр социально ориентированных некоммерческих организаций «Единство»	+7 (927) 244-80-52 sony-d26@mail.ru г. Чистополь, ул. К. Маркса, д. 17, каб. 1, 2
г. Буинск	Ресурсный центр социально ориентированных некоммерческих организаций «Буа грант»	8(937) 284-27-47 hvcr@mail.ru г. Буинск, ул. Космовского, д. 91, оф. 1
г. Кукмор	Ресурсный центр социально ориентированных некоммерческих организаций «Вектор»	+7 (965) 581-45-74, +7 (927) 445-44 -89 avi211286@yandex.ru г. Кукмор, ул. Ленина, д. 15

Учебное издание

ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ КУРСЫ «ГРАНТЫ-РТ»

О грантах просто и доступно

**Методические материалы
по социальному проектированию,
фандрайзингу, грантрайтингу**

Подписано в печать 25.12.2020.

Бумага офсетная. Печать ризографическая.

Формат 60х84 1/16. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 2,33.

Уч.-изд. л. 1,3. Тираж 200 экз. Заказ 385870

Отпечатано в типографии

Конверс, ИП Шайхутдинов Андрей Альбертович

420021, г.Казань, ул.Сары Садыковой, д.61