

Методика написания грантов

Введение

Данная методика никак не исключает, а дополняет обучающие инструменты Фонда президентских грантов, такие как онлайн-курс и обучающие семинары-воркшопы. Выигрыш гранта это не лотерея, это хорошо проработанный проект, который будут оценивать эксперты фонда. Они ставят свои оценки по десяти критериям в баллах. У каждого критерия есть своя значимость для каждой категории проектов (есть 4 категории заявок: до 500 000 рублей, от 500 000 рублей до 3 000 000 рублей, от 3 000 000 рублей до 10 000 000 рублей, свыше 10 000 000 рублей).

[Вот таблица](#), в которой можно расставить баллы по всем критериям своему же проекту и увидеть — выигрывает проект или нет. Критерии имеют разный коэффициент веса в зависимости от бюджетной категории заявки. Например, в категории до 500 000 рублей не так важен собственный вклад и опыт организации, как логичное и понятное изложение проекта, а в категориях выше 500 000 рублей, опыт и наличие софинансирования играют не менее важную роль.

Бывает такое, что не хватило 0,25 балла, чтобы ваш проект стал победителем конкурса. Мы не должны писать заявку, которая еле-еле проходит. Мы должны писать заявку, которая уверенно проходит, чтобы в запасе еще оставались баллы. Один из самых ценных ресурсов, который у вас есть при написании заявки — это время. Его под конец всегда будет очень не хватать, иногда не хватает пары часов, чтобы получить нужное письмо поддержки от партнера, иногда дня. Это очень обидно. Именно поэтому мы начнем нашу методику с *подготовки плана по написанию заявки*.

План написания заявки

Вам потребуется от 4 до 6 недель на подготовку заявки, в зависимости от сложности вашего проекта. Подавать заявку надо за неделю до конца приема заявок. Это рекомендация самого Фонда президентских грантов, и наша настоятельная рекомендация тоже. За эту неделю Фонд проверяет заявки на некоторые технические проблемы, если он их найдет, то он еще успеет вернуть вам заявку, чтобы вы успели исправить эти ошибки. Т.е. **по хорошему подготовку заявки надо начать минимум за 5 недель до дедлайна по приему заявок**.



Часть 1: подготовка проекта

1. **Идея проекта** - наверняка у вас много идей, как сделать мир лучше, но для грантового проекта нужно определить конкретную целевую аудиторию и ее актуальную проблему, которую вы намерены решить. Также важно с самого начала понимать, что проект это всегда ограниченная по времени деятельность у которой есть достижимая цель с конкретными результатами по итогам. Ориентироваться лучше на те темы, которые вы уже реализуете или практику, описание которой у вас есть в максимально полном виде.
2. **Исследование** - проработку заявки начинаем с исследования проблемы, которую будет решать проект. Исследование рекомендуется начинать еще до объявления начала грантового конкурса - ориентировочно за 2-4 недели до начала подачи заявок (особенно, если проект масштабный).
3. **Изучение конкурсной документации и подготовка чек-листов.** Сразу после официального объявления конкурса внимательно прочитайте Положение о его проведении и другие документы на предмет соответствия условиям конкурса своей организации, они меняются редко, но все может быть. Сделайте чек-листы для проверки. требований к организации и заполнению заявки, и следуйте им на протяжении всей дальнейшей работы над заявкой
4. **Матрица проекта** - после исследования начинается работа над матрицей, ее также можно оформить до старта заявок (за 1-2 недели). Матрица - это структура вашего проекта, где наглядно показана логическая последовательность: целевые аудитории -> социальная значимость -> цель проекта -> препятствия к достижению цели -> задачи, которые помогут преодолеть препятствия -> мероприятия для каждой из задач -> показатели мероприятий. Хорошая матрица экономит много сил в дальнейшей работе над заявкой и снижает риски, что все нужно будет переделывать.

Матрица проекта

Файл Правка Вид Вставка Формат Данные Инструменты Дополнения Справка Последнее изменение: толь...

100% р. % .00 .00 123 По умолча... 10 B I S A

1. Провести 2 обучающих вебинара по соц. проектированию

	A	B	C	D	E	
	Аудитории (в регионах реализации проекта)	Социальная значимость	Цель	Проблема для решения (проверка)	Задачи	Мероприятия
1	1. Руководитель и сотрудники НКО	1. В период эпидемии COVID-19 и самоизоляции многие некоммерческие организации лишились возможности реализовывать проекты и средств на поддержание своей деятельности, руководители и сотрудники некоторых некоммерческих организаций не смогли перестроиться на удаленный формат работы и адаптировать свои проекты для новых условий.	Оказать поддержку представителям некоммерческих организаций, чтобы обеспечить их жизнедеятельность во время пандемии.	Нет средств для работы и понимания как их получить Нет понимания как перестроиться на удаленный формат и перевести в него проекты	1. Организовать обучение для сотрудников НКО в фандрайзинговом направлении 2. Организовать консультационную поддержку для НКО	1. Провести 2 обучающих 2. Провести вебинар по п 3. Консультации НКО по э 1. Юридические консулт 2. Консультации по адапт 3. Психологическая подде 4. Открытый вебинар с от
2	2. Приют для животных	1. В период эпидемии COVID-19 и уменьшились средства, привлекаемые в приют, появилась нехватка волонтеров для ухода за животными, люди не могут приехать и присмотреть себе животное.	Обеспечить должный уход за животными и возможность их пристройства по время пандемии	Нет волонтеров по уходу за животными Нет понимания как перестроиться на удаленный формат и перевести в него проекты	1. Обеспечить волонтерам возможность безопасно посещать приют 2. Наладить онлайн ресурсы и мероприятия приюта	1. Организовать мероприя волонтеров и поддержке 2. Провести онлайн меро работе во время самоизо 3. Обеспечить волонтеро 1. Создать сайт с фото ж 2. Развить группы в социа 3. Наладить систему сбор 4. Запустить мероприятия возможностью их пристро
3	3. Детские дома - дети-сироты	3. У сирот в детских домах недостаточно досуга, формирующего гармоничное развитие личности, необходимого для успешнейшей адаптации с социумом	Обеспечить необходимый досуг для воспитанников летских домов	Нет продуманных курсов для адаптации, не мотивации у детей	Разработать курс мотивирующий детей и обеспечивающий их развитие в рамках поставленной цели	

5. Партнерская сетка и письма поддержки - когда исследование проведено и проработана логика проекта, нужно понять, какие партнеры могут понадобиться при реализации: составить партнерскую сетку. На работу с партнерами может уйти минимум две недели и больше, рекомендуем начинать переписку с ними также до начала объявления конкурса.

Часть 2: Оформление проекта в заявку

После того, как проект структурно подготовлен, его остается только детализировать и собрать в заявку на сайте Фонда президентских грантов. Эти работы (описание проекта, календарный план, бюджет, резюме команды проекта и тп) выполняются в сроки приема заявок. Рассчитывать время проработки заявки стоит с учетом того, чтобы в идеале она была подана минимум за неделю до окончания приема заявок (в этом случае есть шанс, что сотрудники Фонда могут выявить недочеты связанные с несоответствием заявки Положению о конкурсе по формальным признакам и предложить их исправить до окончания подачи).

Часть 3: Проверка и подача заявки

Не забудьте запланировать время на проверку заявки, для этого есть специальные чек-листы. Очень важно, чтобы была соблюдена целостность изложения - разделы заявки и приложенные документы не должны противоречить друг другу, иначе вы рискуете получить заниженный балл по критерию "Логическая связность и реализуемость проекта".

Также опыт ряда известных нам НКО говорит, что подача заявки в последний момент чревата тем, что в панике можно неправильно заполнить заявление на

подачу заявки или совершить еще какую-то элементарную ошибку. В другое время вы бы сделали все спокойно и уверенно, а сейчас рискуете получить отказ в допуске на экспертизу. Труд вашей команды по подготовке заявки окажется не востребован до следующего конкурса, а хороший проект не получит финансирования. **Не тяните до последнего!**

Подготовка проекта

1. Идея проекта

Обычно все идеи проектов лежат в сфере вашей регулярной деятельности, поэтому будет несложно определить целевую аудиторию и сформулировать проблему, которую будет решать проект. Сразу подумайте о реалистичных сроках и что может быть конструктивным результатом проекта. Если свежих идей прямо сейчас нет, то можно упаковать в проект часть своей регулярной деятельности или скопировать уже существующий проект, распространив его на новую территорию (не забываем договориться с авторами!).

Примеры упаковки:

- вы разрабатываете и проводите образовательные игры для детей. Идеей проекта может стать новый курс, который поможет улучшить определенные знания у ребят, у которых есть потребность в более качественном образовании чем есть сейчас. Разработка и проведение курса вполне конкретный отрезок времени, результаты тоже можно будет измерить;
- или у вас приют для животных. С животными все хорошо, но из-за пандемии стало сложно пристраивать животных, а волонтерам небезопасно ездить ухаживать за ними. Можно придумать онлайн формат для демонстрации животных потенциальным хозяевам, а для волонтеров предусмотреть комплекс мер по инструктажу и обеспечить средствами индивидуальной защиты.

Главное, не перепутайте проект с процессом! Процесс, в отличие от проекта, не имеет явного начала и конца и, соответственно, уникальных результатов. Это обычная текучка, конвейер, где результаты повторяются из года в год. Поэтому, например, идея попросить грантовое финансирование на проведение очередных занятий давным-давно разработанного курса не самая лучшая. Нужно придумать что-нибудь новенькое.

2. Исследование

Перед тем, как непосредственно приступать к работе над заявкой, необходимо убедиться, что проект, который вы придумали действительно решает актуальные проблемы вашей целевой аудитории. Если эксперты, оценивающие заявку, увидят, что у вас было проведено исследование и желательно кем-то подтверждено, то для них это будет самым главным обоснованием социальной значимости проекта. Также играют роль внешние подтверждающие факторы - официальная статистика в регионе проекта, нормативные документы властей, мнения экспертов и т.п.

Нужно сформулировать существующую проблему, которую вы планируете решить реализовав свой проект, и подтвердить ее существование реальными фактами.

Организация собственного исследования:

- находим подтверждения актуальности проблемы внешними экспертами в затрагиваемой сфере, статистику, нормативные документы по тематике - которые подтверждают, что данная проблема актуальна в месте реализации проекта.
- берем целевую группу, спрашиваем, какие проблемы у них есть в свободной форме.
- полученные ответы ранжируем с помощью второго опроса, где целевая группа голосует по всем полученным проблемам, получаем рейтинг проблем.
- можно на первом этапе уже предложить аудитории версии вопросов, составленных вами с возможностью их ответа в свободной форме.

Самые востребованные проблемы являются нашей проблематикой для целевой группы.

Внешние подтверждающие факторы (все по месту реализации проекта):

- смотрим статистику из официальных источников, нормативные документы властей: что они пишут о данной проблеме в регионе проекта.
- анализируем рынок: кто еще решает обозначенную проблему в данном регионе (другие НКО, иные организации или группы активистов).
- также можно использовать экспертные или углубленные интервью - это будут не цифры, а позиция эксперта и выводы из данных, полученных в рамках интервью.

Не нужно брать мировую статистику или статистику по стране, если вы работаете в конкретном регионе. Актуальность проблемы должна быть понятна именно там, где вы планируете ее решать.

3. Изучение конкурсной документации и подготовка чек-листов.

Внимательно изучаем положение о конкурсе и другую конкурсную документацию, представленную на сайте. Обратите внимание, что с каждым новым конкурсом документация может обновляться и в ней происходят изменения. Сразу оцениваем соответствует ли ваша организация критериям конкурсного отбора. В этом помогут чек-листы.

Составляем **чек-лист 1** ([шаблон скачать по ссылке](#)) в котором перечисляем все что потребуется для подачи заявки (отсутствие задолженности перед налоговой, отсутствие задолженности перед грантодателем, справки, письма поддержки, регистрационные документы итд - список требуемого можно найти в положении о конкурсе, о письмах поддержки - читать далее). По этому чек-листу нужно сверяться по всему дальнейшему ходу работы над заявкой.

4. Матрица проекта

Создаем документ "матрица проекта" ([шаблон скачать по ссылке](#)).

В нем последовательно демонстрируем связь следующих компонентов заявки:

- целевая группа, с которой вы будете работать в рамках проекта;
- проблематика этой целевой группы (старайтесь сфокусироваться на одной или нескольких группах у которых схожая проблематика, разные проблемы для разных групп в одном проекте лучше не решать);
- цель, достижение которой решает проблематику (лучше не более одной цели);
- препятствия, которые мешают достижению цели;
- задачи, решение которых, помогают преодолеть препятствия.

- мероприятия, которые нужно провести для решения каждой задачи: по итогам всех своих мероприятий задача должна быть решена, иначе у вас что-то не продумано. Каждая задача должна иметь не менее двух мероприятий.

У каждого мероприятия ставим показатели: количественные и качественные.

Количественные показатели - это в первую очередь благополучатели (люди, которым вы планируете помочь своим проектом), во вторую - иные показатели, которые могут сформироваться в результате мероприятия (например, информационный охват ваших мероприятий оцененный в количестве просмотров). Проекты социальные и часто нереализуемые без участия волонтеров, их участие в проекте тоже считается важным показателем.

Примеры, как получить количественные показатели.

1. Проведение обучающих мероприятий для НКО:
 - a. главный показатель: сотрудники и волонтеры НКО, которые пройдут обучение,
 - b. число НКО (организаций), сотрудники и волонтеры которых получают консультации,
 - c. число обучающих мероприятий,
 - d. число представителей НКО, которые прошли опрос по итогам проекта
 - e. число представителей НКО, которые оценили мероприятия проекта как полезные для своей регулярной деятельности (нужна какая-то метрика оценки благополучателями ваших мероприятий),
 - f. число волонтеров, которые будут помогать на мероприятиях.
2. Кампания по поиску хозяев для животных (приют для животных):
 - a. число посетителей приюта,
 - b. число пристроенных животных,
 - c. число животных, которые были возвращены обратно (как метрика, которая показывает эффективность пристраивания животных)
 - d. число волонтеров, которые работают с животными.
3. Организация информационной кампании для нужд проекта:
 - a. число публикаций в СМИ и соцсетях,
 - b. число просмотров в соцсетях,
 - c. число вступивших в группу мероприятия.

Важно: чем выше категория гранта, тем тщательнее и больше стоит прописывать показатели.

Качественные показатели

Можно указать любые качественные изменения, но учитывайте, что в итоге вам в отдельном поле заявки придется их резюмировать. Необходимо соотнести качественные изменения с социальной значимостью проекта, по сути это именно те качественные изменения, которые происходят благодаря решению обозначенной в проекте проблемы и которые нельзя измерить.

Например:

1. Для проекта по обучению сотрудников НКО увеличится уровень компетентности в определенных темах по которым были занятия (в социальной значимости мы

могли говорить о низкой компетентности в ряде тем). Или указываем что сотрудники станут более оперативно решать вопросы связанные с темами занятий, что повысит их производительность труда и повлияет на эффективность НКО в целом.

2. Для проекта по пристройке животных, повысится уровень просвещения потенциальных хозяев относительно специфики обращения с животными в том числе теми, которые содержались ранее в приютах (в социальной значимости мы могли говорить о том, что люди часто не очень представляют специфику обращения с животными из приюта и потому высокий процент того, что их возвращают обратно или выкидывают на улицу).
3. Для решения проблемы системного развития общественных объединений в регионе будет создана Стратегия развития региона на ближайшие 6 лет в рамках которой будут учтены интересы всех заинтересованных сторон и создана дорожная карта по её реализации. В утверждении стратегии примут участие полномочные представители органов исполнительной власти региона, Общественная палата, а также НКО-участники проекта.

5. Партнерская сетка и письма поддержки

Заранее нужно определить список партнеров и какие письма поддержки будут уместны для данной заявки. На подготовку и оформление писем может уйти более двух недель, поэтому запрашиваем их заранее. Проекты писем поддержки делаем самостоятельно (шаблоны писем поддержки для разных видов поддержки и для разного рода проектов [в папке по ссылке](#)) и направляем потенциальным партнерам для ознакомления.

Желательно для всех видов поддержки, которые использует ваш проект, иметь хотя бы одно письмо поддержки:

- Информационная - всегда полезно иметь партнеров, которые обязуются освещать ход вашего проекта - это даст плюсы к информационной открытости проекта
- Организационная, финансовая, материальная - для проекта нужны деньги и ресурсы (помещение, оборудование, услуги). Здорово если будут партнеры которые их предоставляют и не все потребует закрывать бюджетом фонда и своим собственным. Это сделает бюджет более устойчивым, а сам проект более реалистичным.
- Консультационная, методическая - вы можете быть специалистами в своей теме, но если ваши технологии, используемые в проекте, поддержат или помогут выработать сторонние авторитетные эксперты, то ваш проект вызовет больше доверия у экспертов грантового конкурса.

Шаблон письма поддержки должен содержать:

1. Чем занимается организация, которая оказывает поддержку, на 1 абзац.
2. Как она связана с организацией, которая подается на грант.
3. Организация подтверждает, что проект хороший и подтверждает, что есть такая проблематика и этот проект ее решает.
4. Пишет что будет делать для этого проекта конкретно (не просто поддерживает и все, а оказывает информационную, материальную, организационную или иную поддержку).

Если это не ИОГВ (Исполнительные органы государственной власти), то письмо должно быть обращено к директору ФПГ Чукалину Илье Владимировичу, если это ИОГВ или организация по каким-то причинам не готова направлять письмо на имя директора Фонда, то оно должно быть направлено на имя руководителя проекта.

На письме должна стоять недавняя дата. Подпись и печать ответственного лица. Письмо должно оформляться на фирменном бланке организации, оказывающей поддержку.

Оформление проекта в заявку

1. Раздел “О проекте”

1.1. Грантовое направление и тематика

На текущий момент Фонд президентских грантов предлагает 13 грантовых направлений, которые охватывают наверно все возможные сферы, где востребована деятельность некоммерческих организаций. Ваша задача - выбрать наиболее близкое по содержанию своему проекту. Обратите внимание, что один и тот же проект, можно подавать по разным направлениям, но ваша заявка в своем выборе целевой группы и ее проблематики должна учитывать выбранное направление.

Например, эковолонтерский проект “Чистые Игры” можно подавать по направлениям:

- Поддержка молодежных проектов
- Охрана окружающей среды и защита животных
- Развитие институтов гражданского общества
- Развитие общественной дипломатии и поддержка соотечественников

Проект социальной адаптации сирот “Полдень” может выступить в таких направлениях:

- Поддержка семьи, материнства, отцовства и детства
- Развитие институтов гражданского общества
- Поддержка проектов в области науки, образования, просвещения

Проекты Фонда помощи пострадавшим в ДТП связанные с просветительской и реабилитационной работой в рамках темы безопасности на дорогах можно проводить в направлениях:

- Социальное обслуживание, социальная поддержка и защита граждан
- Охрана здоровья граждан, пропаганда здорового образа жизни
- Поддержка семьи, материнства, отцовства и детства
- Защита прав и свобод человека и гражданина, в том числе защита прав заключенных

От выбора направления в частности зависит, эксперты из какой сферы будут рассматривать ваш проект.

1.2. Название проекта

Название должно отображать какой проект вы реализуете, дополнительно может содержать творческое название - это может придать индивидуальности проекту

Например:

- проект по поддержке некоммерческих организаций "Чистое лето".
- проект помощи бездомным животным "Счастливый питомец".
- образовательная программа для подростков в трудной жизненной ситуации "Золотой век"

1.3. Краткое описание проекта (деятельности в рамках проекта):

Несмотря на желание начать с данного раздела, мы рекомендуем краткое описание проекта писать в самую последнюю очередь, когда прописали весь проект полностью. Так вам будет проще написать содержательное описание, не повторяясь с другими разделами и учитывая все, что нужно показать в данном разделе, так чтобы он был легко читаем и понятен для экспертов.

Не стоит путать описание проекта с его актуальностью и социальной значимостью.

Актуальность/социальная значимость проекта - это описание проблемы и ее значимости, которую вы с помощью проекта будете решать, обоснование почему именно ваш проект может ее решить. Описание проекта - это то, что вы будете делать для того, чтобы решить проблему.

Пример структуры описания проекта: опыт организации, суть продукта который лежит в основе проекта, что планируется сделать в рамках проекта (основные этапы) и ключевые показатели которые будут достигнуты.

1.4. География проекта:

Необходимо указывать места, в которых фактически проводятся мероприятия (где будет работать команда проекта) и на какой территории будет реализовываться проект. Из каких регионов преимущественно будут участники проекта.

Примеры:

- Ленинградская область, Тихвинский район, село Кукуево.
- Программа "Золотой век" будет реализована в 11 регионах РФ - Воронежская, Владимирская, Калининградская, Калужская, Кировская, Нижегородская, Новосибирская, Омская, Свердловская, Томская и Тверская области. Центр разработки и управления проектом, апробация Программы - г. Москва.
- Вся Россия (образовательная онлайн часть проекта). Управление проектом, проведение итогового оффлайн Фестиваля - г. Москва

1.5. Дата начала реализации проекта:

Напишите фактическую дату начала реализации проекта, включая его подготовку. Дата, с которой можно начинать проект как правило указана в положении о конкурсе. Если ее там нет, то уточняйте у грантодателя с какой даты можно начинать проект по правилам конкурса.

1.6. Дата окончания реализации проекта:

Датой окончания ставьте не дату последнего мероприятия, а на две недели-месяц больше, чтобы вы успели собрать обратную связь, все необходимые материалы и документы для подготовки отчета по проекту. Дата, позже которой нельзя реализовывать проект как правило указана в положении о конкурсе. Если ее там нет, то уточняйте у грантодателя до какого числа необходимо завершить проект.

1.7. Обоснование социальной значимости

Вы должны обосновать проблематику, которую будете решать в рамках своего проекта и подтвердить фактами: это либо ссылки на публикации, исследование, либо же это должно присутствовать в письме от партнеров, которые могут это подтвердить. Можно привести цитату из письма поддержки, если позволяет кол-во символов.

Нужно четко и ясно написать препятствия, которые мешают достижению цели проекта (из которых потом будут получаться задачи), и их связь с целевой аудиторией и географией, где все это будет происходить.

1.8. Документы которые можно приложить к проекту:

- полное описание проекта (это необязательный документ, но для проектов свыше 500 000 рублей лучше его делать. В него можно поместить данные о проекте, которые не помещаются в стандартные поля заявки, но могут быть важными для демонстрации серьезности намерений: подробнее про историю и достижения организации в области работы над проектом, описание команды проекта, подробное описание продукта или метода, который лежит в основе проекта, описание каналов привлечения участников в проект, удобные ссылки на публикации о проекте и перечень партнеров с описанием их вклада).
- графическая презентация, в которой кратко отражена суть проекта (пример [скачать по ссылке](#)). С помощью презентации важно показать как можно больше визуальной составляющей того как выглядит проект (фото, иллюстрации). Если суть проекта хорошо умещается в полное описание проекта, то не обязательно дублировать его в презентацию, можно ее сделать для описания опыта организации в сфере проекта.
- документ в котором есть результаты вашего исследования (см. раздел “**2. Исследование**” в части подготовки проекта)

1.9. Целевые группы проекта

Четко опишите целевую группу, на решение проблемы которой будет направлен ваш проект. Укажите возрастную группу, географию вашей целевой аудитории.

Например, молодежь от 18 до 30 лет, проживающая на территории Санкт-Петербурга.

1.10. Цель проекта

Сформулируйте цель проекта - как вы планируете решить проблему, которую обозначили выше. Сразу очертите границы своей цели - где, когда, с какой аудиторией вы будете решать эту проблему своим проектом. Цель должна быть одна.

Смотрите примеры в матрице проекта из раздела **“3. Матрица проекта”** в части подготовки проекта

1.11. Задачи проекта

Разбейте вашу цель на задачи.

Каждая задача это шаг к решению проблемы, все задачи вместе и составляют вашу цель и, соответственно, решение проблемы.

Задачи должны быть конкретными и четкими, решающими одно из препятствий, составляющих проблему. Не нужно делать слишком много задач - 4-5 задач достаточно. Если задача содержит менее 2 мероприятий, то это не задача, а мероприятие. Каждая задача должна содержать минимум 2-3 мероприятия.

Смотрите примеры в матрице проекта из раздела **“3. Матрица проекта”** в части подготовки проекта

1.12. Партнеры проекта

Все партнеры должны быть равномерно распределены по видам поддержки (информационная, методическая, организационная и т.д.) - на сайте вы автоматически можете выбрать необходимый вид поддержки.

Если материальная поддержка подтверждена собственными ресурсами, то можно не приводить материальную поддержку от партнеров.

Поддержка должна подтверждаться письмами от партнеров.

1.13. Письма поддержки, соглашения о сотрудничестве и иные аналогичные документы.

Прикладываем письма, подготовленные согласно разделу **“5. Партнерская сетка и письма поддержки”** в части подготовки проекта:

- подтверждения от партнеров о том, что ваш проект для них интересен. Либо конкретные учреждения, либо ассоциации этих учреждений, которые могут доносить до них информацию.
- партнеры, которые подтверждают что ваш метод решения проблемы правильный.
- партнеры по софинансированию (которые вкладываются деньгами или ресурсами, которые делают скидку или дают льготы).
- информационные партнеры (которые помогают донести информацию до целевой группы, или партнеры, которые освещают деятельность вашего проекта).
- организационные партнеры (компенсируют члена команды, например)
- методические партнеры, которые оказывают консультации в областях, в которых не разбираются члены команды.

Шаблоны писем на каждый вид партнерства [скачать по ссылке](#).

1.14. Как будет организовано информационное сопровождение проекта

Опишите конкретные инструменты для продвижения проекта: какие социальные сети будут его освещать, будет ли он освещаться на вашем сайте, у партнеров, в СМИ. Будете ли вы проводить платные рекламные кампании. Какое количество просмотров и посещений у ваших социальных сетей и сайта сейчас. Каких результатов по освещению вы планируете достичь (это тоже количественный результат).

1.15. Количественные результаты

Все количественные результаты, которые вы указывали в мероприятиях проекта должны быть про суммированы тут. В первую очередь, это число ваших благополучателей. Если вы разбиваете благополучателей на разные целевые группы (выбирайте смежные группы целевой аудитории, например: подростки 12-14 лет и молодежь 14-30 лет или студенты и школьники старших классов), не забудьте отметить общее число благополучателей проекта, которое должно быть равно их сумме.

1.16. Качественные результаты

Суммируем те качественные результаты что были в мероприятиях проекта. Что в итоге реализации проекта на качественном уровне получают ваши благополучатели (решение их проблемы). Качественные показатели практически равны количественным, но выражены не в цифрах, а в словах. Качественные показатели обязательно должны быть в согласованности с социальной значимостью проекта - вы решаете конкретную проблему ваших благополучателей и благодаря этому их качество жизни в этой области повышается.

1.17. Дальнейшее развитие проекта

Как вы планируете развивать проект после окончания грантового периода. Важно показать, что после окончания финансирования от Фонда у вас есть перспективы развития - это может быть упаковка проекта и его масштабирование в другие регионы, расширение охвата аудиторий, новые форматы/продукты, продолжение деятельности в том или ином формате.

Может сложиться ситуация, когда в рамках реализации проекта изменится ситуация для вашей целевой аудитории и дальнейшая реализация проекта будет не актуальна, так как все проблемы целевой аудитории которые вы решали в рамках проекта будут решены.

Об этом также стоит написать и можно вкратце указать, какие новые проекты вы планируете реализовывать.

В пункте ниже вы укажете на какие средства это планируется осуществлять.

1.18. Источники ресурсного обеспечения проекта в дальнейшем

Укажите источники, к которым сможете обратиться в дальнейшем: региональные гранты, сообщество, которому нужен этот проект (пожертвования от частных или юридических лиц, краудфандинг). Если ваш проект после его реализации, сможет зарабатывать коммерческим способом (например, продавая билеты), то не стесняйтесь этого указывать. Также указывайте как будет использована материальная база, сформированная в рамках проекта. Это покажет устойчивость проекта.

1.19. Видео о проекте:

Запишите ролик про команду, где каждый рассказывает очень коротко, кто он и чем будет заниматься на проекте. Достаточно записать на телефон, чтобы они эксперты Фонда увидели ваши лица.

Пример: <https://www.youtube.com/watch?v=mVZz4xHlVM8&feature=youtu.be>

Также можно приложить промо ролик, если он есть.

Видео о прошлом проекте, но не более чем на 3 мин.

Пример: https://www.youtube.com/watch?v=NsmKUJ_kFHc&feature=youtu.be

2. Разделы “Руководитель проекта” и “Команда проекта”

У каждого члена команды, включая руководителя должен быть опыт, который можно соотнести с проектом, который вы подаете и теми функциями, которые он будет выполнять в рамках проекта. Вы можете вписать не только его официальный опыт (профессия по специальности, должности на которых человек работал/работает), но и волонтерский, например, если он соответствует специфике вашего проекта и роли человека в нем.

Например, вы реализуете проект по поддержке приюта для животных и у вас в команде будет работать PR-специалист, который ранее был волонтером в подобных проектах и уже освещал их (пусть и вне своей основной профессиональной деятельности).

Для членов команды прикладываем сертификаты, пишем соответствующие деятельности в проекте курсы, которые они проходили, смотрим внимательно, чтобы не было сильных пробелов в опыте по времени (если у человека был большой перерыв в официальной трудовой деятельности пометьте в дополнениях, почему и чем он занимался в это время (например, сотрудница могла быть в декретном отпуске)).

Назначаем руководителем проекта того, кто реально будет им руководить, если есть обоснование его опыта и компетенции для текущего проекта.

У руководителя проекта должен присутствовать опыт управления проектами (можно и иной тематики), хорошо если вы приложите его дипломы, сертификаты и благодарственные письма, подтверждающие данный опыт.

Всех членов команды, включая руководителя попросите зарегистрировать профиль на портале “Созидатели” (<https://www.sozidateli.ru/>). Во-первых, это будет плюсом к вашей заявке, во-вторых, при подаче последующих заявок вам не придется заново вручную добавлять членов команды - вы сможете пригласить их в проект через этот портал. Профиль на портале “Созидатели” каждый заполняет сам за себя, но отследите что там внесены все нужные для проекта сведения и достижения.

И для команды и для руководителя в дополнениях пишем в первую очередь опыт и компетенции, и если останется место, то пишем, чем каждый будет заниматься в проекте.

3. Раздел “Организация-заявитель”.

3.1. Опыт организации.

В раздел опыт организации вносим не только контракты и грантовые проекты, но и релевантную текущую деятельность. Не забываем публично разместить опыт проектов со всеми цифрами (бюджет, количество участников, итд)

(в идеале со ссылками на проекты) на сайте и в социальных сетях организации. Можно подтверждать опыт организации публикациями, ссылками на посты в социальных сетях.

3.2. Имеющееся имущество.

Не забываем заполнить то, что есть на балансе организации: помещение, мебель, оборудование, итд. Если имеется помещение в собственности или в аренду - приложите договор, подтверждающий это.

Если имущество находится именно на балансе, то это отражено в бухгалтерском учете вашей организации. Соответственно вы точно сможете понять, какое имущество у вас есть.

Обычно это техника стоимостью свыше 40 000 рублей, здания, сооружения, автомобили, земля. Программное обеспечение, если платится не за использование, а за покупку в собственность (или вы сами его создали).

3.3. Публикации в СМИ.

Если их нет, то хотя бы в социальных сетях нужно регулярно публиковать какую-то информацию о своей деятельности (хотя бы раз в месяц).

3.4. Открытость организации.

Не забудьте на сайте и в социальных сетях разместить свои регистрационные документы (Устав), годовые отчеты (если нет отдельных, то те, что направляете в Минюст), список сотрудников и краткую информацию о них и руководителе. Описывайте свои проекты и основную деятельность, публикуйте отзывы о работе (если они есть), итд. Эксперты могут посмотреть ваш сайт и сделать заключение об открытости вашей организации.

Обязательно публикуйте отчеты о всех выполненных президентских и других грантах.

4. Раздел “Календарный план”

Мероприятия должны по датам быть последовательными, зависеть друг от друга по датам

Рекомендуем использовать диаграмму Ганта, визуальное распределение по месяцам (это таблица, в которой учитывается: мероприятие, исполнитель, сроки). Пример:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1cXaKmGPIRe5ulUSzTkJP2T1y35OoHrVommlOxz3YzsQ/edit?usp=sharing>

В плане должны быть указаны исполнители конкретных мероприятий. Если мероприятие делает подрядчик, то должен быть указан член команды который контролирует это мероприятие.

За каждое мероприятие должен быть указан ответственный, место проведения, где выполняется мероприятие. Если мероприятие проходит онлайн, то должна быть указана

платформа, на которой проходит мероприятие и физическое место, где находится тот, кто его контролирует/проводит.

5. Раздел “Бюджет”

Комментарии к бюджету проекта по форме заявки -

<https://drive.google.com/file/d/1bC4e7SLn2NHfQbOCqtBkyXCLJT475yR3/view?usp=sharing>

Пример расчета заработной платы:

1) Зарботную плату рассчитываем исходя из средних зарплат на аналогичной должности в вашем регионе. Посмотреть средние зарплаты можно, например, по hh.ru. Например, средняя зарплата пиар-менеджера составляет 50 000 рублей месяц в СПб.

2) Прикидываем, какую часть рабочего времени специалист будет занят по проекту. Например, пиар-менеджер будет работать пару часов каждый день. Рабочий день восемь часов, то есть считаем, что пиар-менеджер занят по проекту 25 % рабочего времени. Если специалист уже официально состоит в штате на полную ставку и будет работать в организации и после проекта тоже, он не может работать в проекте больше, чем на 0,5 ставки (по Трудовому кодексу штатный сотрудник не может иметь в сумме более 1,5 ставок).

3) Рассчитываем зарплату пиар-менеджера: $50\,000 \cdot 25\% = 12\,500$ руб/мес

Пример расчета почасовой оплаты услуг:

- 1) Смотрим на ресурсах (например, profi.ru) стоимость услуг нужного специалиста в вашем регионе. Или прикладываем порядка трех коммерческих предложений от разных специалистов в этой сфере.
- 2) Например, нам нужен фотограф в Санкт-Петербурге: смотрим среднюю стоимость на сайте:

Средняя стоимость услуг

Откуда мы знаем цены. Больше шести миллионов человек решили свои задачи с помощью PROFI.RU. Мы знаем реальные цены, по которым работают специалисты, и делимся ими с вами.

Портретная фотосъемка	1000–4000 Р / ч
Обработка фотографий	70–500 Р / шт.
Фотосессия в студии	1500–4500 Р / ч
Семейный фотограф	1500–5000 Р / ч
Фотосессия love story	1500–4500 Р / ч
Выездная фотосессия	1000–4000 Р / ч
Репортажная съемка	1500–3500 Р / ч
Свадебный фотограф	1500–4000 Р / ч

Нам нужна выездная фотосессия и мы постараемся найти бюджетного фотографа - не более 2 000 руб./час.

3) На выезде фотограф будет работать 4 часа: $2\,000 \text{ руб.} \cdot 4 = 8\,000$ руб.

Помимо мероприятий в бюджете присутствуют административные расходы - офис, канцелярские расходы, интернет и другое. Их расчет необходимо производить в соотношении с тем, сколько из данных расходов будет потрачено именно на проект, а не текущую деятельность. Например, проектом в офисе сотрудники будут заниматься 25% своего времени. В таком случае и сумму на офис нужно запрашивать 25% от общей стоимости аренды.

Учтите, что собственный вклад тоже надо обосновывать, чтобы экспертам не казалось, что вы искусственно увеличиваете софинансирование.

Что может являться софинансированием помимо денежных средств на ваши мероприятия:

- часть оплаты труда сотрудников и налоги, страховые взносы с нее.
- аренда помещения, используемые ресурсы организации/партнеров (оборудование, транспорт, итд)
- лицензии, авторские права, программное обеспечение (необходимое для реализации проекта).
- скидки от партнеров на услуги для проекта (подтвержденные письменно).
- труд волонтеров, оцененный по средней ставке (например в Санкт-Петербурге и Ленинградской Области это 160 руб./час).

Для проектов свыше 3 000 000 рублей, если не получается предоставить достаточное софинансирование, можно организовать краудфандинг, который даст дополнительные средства на проект и придаст ему устойчивость.

Проверка и подача заявки

1. Проверка заявки перед подачей

Еще раз вычитываем заявку и сверяем с **чек-листом №2** ([шаблон скачать по ссылке](#)), в котором перечисляем все мероприятия проекта, при заполнении данных на сайте Фонда и в полном описании проекта отмечаем выполненное.

2. Раздел “Подать заявку”

Для подачи заявки вам необходимо будет распечатать подтверждающий лист (он будет находиться в разделе подачи заявки) поставить подпись и печать организации, отсканировать и приложить к заявке. Обратите внимание, что если потом вы будете вносить изменения в заявку, то лист нужно будет оформить заново.

1 О проекте	2 Руководитель проекта	3 Команда проекта	4 Организация-заявитель	5 Календарный план	6 Бюджет	7 Подать заявку
-------------	------------------------	-------------------	-------------------------	--------------------	----------	-----------------

Отправка заявки в Фонд возможна только после того, как заполнены все обязательные поля и загружена Форма подтверждения подачи заявки.

Внимание: после нажатия кнопки «Подать заявку» отредактировать заявку будет невозможно.

Подать заявку

Настоящая заявка на участие в конкурсе подготовлена:^{*}

самостоятельно:

- преимущественно руководителем проекта;
- преимущественно членом команды проекта;

при содействии внешних консультантов (консультанта):

- физического лица;
- «ресурсного центра» или иной организации

Сохранить

Прежде чем отправить заявку в Фонд, убедитесь, что содержание проекта соответствует выбранному грантовому направлению, все обязательные поля заполнены, все требуемые документы загружены.

Для завершения подготовки заявки необходимо подписать, отсканировать и загрузить в формате PDF форму подтверждения подачи заявки, которую следует скачать по [этой ссылке](#).

Добавить подписанный скан подтверждения подачи заявки*

ПРИКРЕПИТЬ ФАЙЛ

Документ должен быть загружен одним файлом (из 1 страницы) в формате PDF, объемом не более 10 мегабайт.

Проставьте все необходимые галочки в данном разделе. Если вы подали заявку с помощью данной методики можете поставить галочку “при содействии внешних консультантов ресурсного центра”.

Убедитесь, что точно заполнили все разделы заявки и приложили правильный лист подтверждения. После этого нажмите кнопку “подать заявку” и убедитесь что она принята на рассмотрение Фондом.

Данная версия методики подготовлена для [Ресурсного центра “МОО Чистые Игры”](#) для неисключительного использования.

Авторы методики:

- [Вадим Иванов](#), социальный предприниматель, фандрайзер.
- [Дмитрий Иоффе](#), основатель и руководитель проекта “Чистые Игры”.
- [Вера Чистякова](#), грантовый фандрайзер, директор ресурсного центра МОО “Чистые Игры” для СО НКО Ленинградской области.
- [Иван Шаравин](#), фандрайзер, руководитель Ресурсного центра СФО по работе с молодежными объединениями.