

Особенности подготовки проектной заявки для участия в федеральных грантовых конкурсах

ТАТЬЯНА НИКОНОВА

АМОУКСИМП

План семинара

1. Логика проекта
2. Команда проекта
3. Бюджет проекта
4. Информационное сопровождение проекта
5. Структура заявки. Алгоритм работы с проектной заявкой

Логика проекта

Социальный проект

1. Проект = [время + результат]
2. Направлен на решение **социальной проблемы**
3. Предполагает предоставление **бесплатных** услуг для целевой аудитории

Логика проекта



Проблема проекта

Проблема проекта – это проблема выбранной целевой аудитории на выбранной территории.

Проблема должна быть:

- хорошо изучена,
- подтверждена цифрами и фактами,
- точно сформулирована,
- важна и актуальна для выбранной целевой аудитории

Проблемы молодёжи не уникальны



- Проблемы молодёжи России



- Проблемы молодёжи НСО



- Проблемы молодёжи г. Новосибирска



- Проблемы молодёжи района г. Новосибирска



- Проблемы молодёжи на территории микрорайона



МЦ



МЦ

Как Вы думаете, что волнует Ваших сверстников больше всего?

Поставьте цифры от 1 до 10 по степени важности, где 1 - самое важное

1	проблемы с жильём	
2	экономический кризис	
3	экологическая ситуация	
4	криминальная обстановка	
5	политическая нестабильность	
6	трудности в самореализации	
7	начало и строительство карьеры	
8	создание семьи, рождение детей	
9	невостребованность на рынке труда	
10	поиск дела, где можно проявить свои способности	

Потребности молодёжи

Проблема – (от греч. — преграда, трудность, задача), сложный вопрос, задача, требующие разрешения, исследования.

Потребность – надобность, нужда в чем-нибудь, без удовлетворения которой невозможно обойтись.



Алгоритм изучения проблемы: обоснование социальной значимости и актуальности

1. убедиться в том, что проблема действительно существует для выбранной ЦА;
2. сформулировать проблему (понять, что не устраивает вас в проблемной ситуации);
3. понять масштаб проблемы (оценить объем ЦА на выбранной территории);
4. выяснить, насколько серьезна выявленная вами социальная проблема, каковы её последствия и что будет, если ее не решать;
5. изучить причины проблемы;
6. определить актуальность проблемы: поговорить с ЦА, найти единомышленников и партнеров;
7. узнать, кто еще и как занимается решением выявленной вами проблемы.

Цифры – ваши главные помощники

1. воспользуйтесь официальной статистикой;
2. узнайте, интересовался ли кто-нибудь еще выявленной вами проблемой;
3. изучите публикации СМИ по тематике вашего проекта;
4. изучите выступления должностных лиц по выбранной вами тематике.

Основные вопросы:

- Сколько людей живет на этой территории?
- У скольких людей из них существует эта проблема?
- Сколько людей считает эту проблему важной?

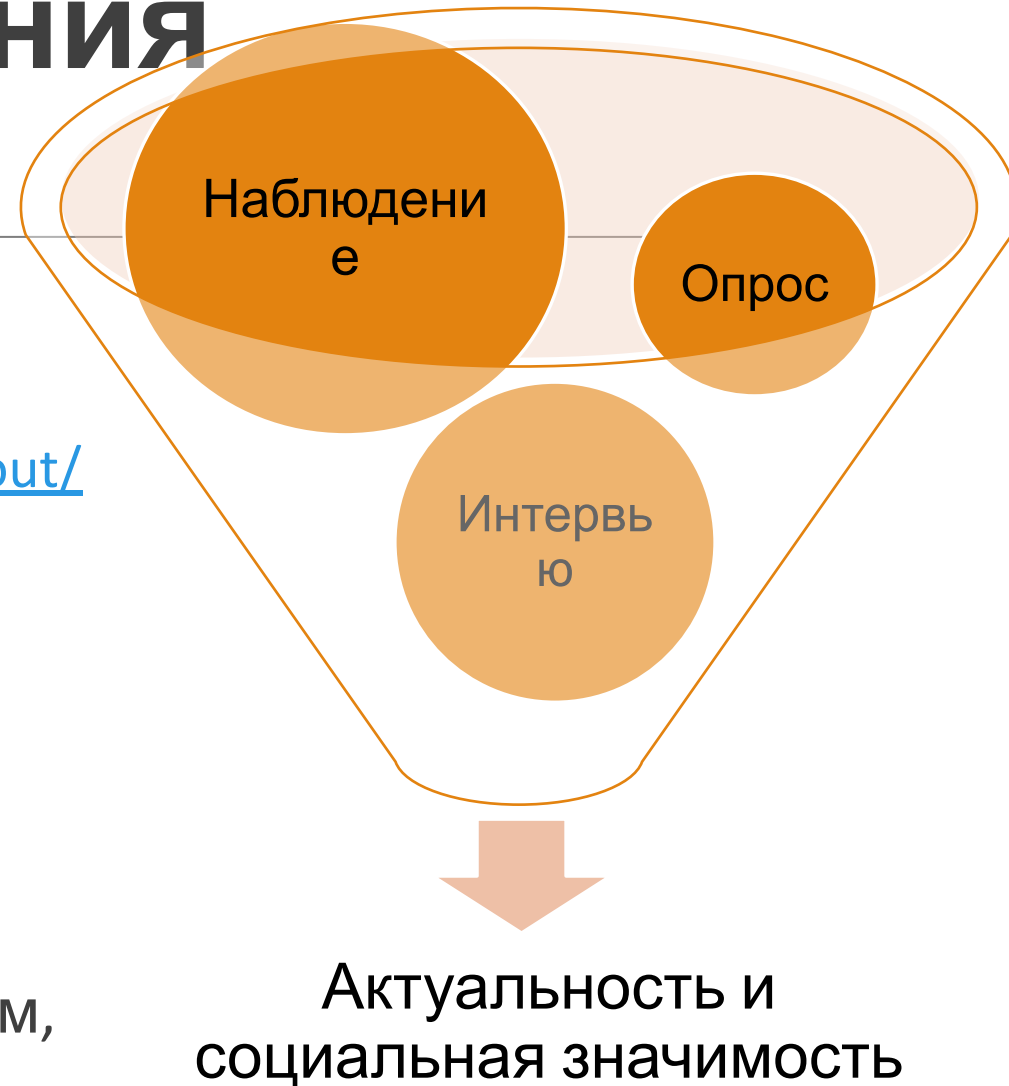
Инструменты изучения проблемы

Формы проведения исследования:

- формы Гугл: <https://www.google.ru/intl/ru/forms/about/>
- приложение ВКонтакте: <https://vk.com/app5619682>

ВАЖНО!

Проводя опрос/интервью, не предлагайте готовое решение – пусть ваши собеседники сами расскажут о проблемной ситуации и о том, как найти из нее выход.



Как прописать социальную значимость и актуальность проекта

1. Каких людей касается проблема? Коротко описать целевую группу: её состав и количество представителей на конкретной территории реализации проекта.
2. В чём заключается проблема? Важно описать, что сейчас не устраивает конкретную целевую группу и каковы причины существования этой проблемы.
3. Привести результаты собственных исследований целевой группы: наблюдения, опросы, интервью, а также результаты сторонних исследований со ссылками на источники.
4. Указать (при наличии) конкретные цитаты из СМИ, выдержки из официальной статистики, сведения от органов власти, которые касаются выбранной целевой группы на выбранной территории, обязательно сопроводив информацию ссылками на источники.

Целевые группы проекта

- Социальные группы, которые мы изучали
- Именно количество благополучателей из ЦА засчитывается за количественные результаты проекта
- ЦА получает услуги по проекту бесплатно

Инновации в социальном проекте

Инновации – это новшества, которые обеспечивают рост эффективности той отрасли, в которой они используются.

Какими могут быть инновации?

- Технологические решения
- Создание нового продукта или услуги
- Новый способ решения проблемы
- Новый способ привлечения аудитории на мероприятия
- Новый способ привлечения ресурсов для проекта
- Новая целевая аудитория для уже работающих технологий

Как сделать проект инновационным?

1. быть в курсе
2. знать свою аудиторию
3. общаться с партнерами
4. много думать и обсуждать
5. тестировать
6. оценивать обстоятельства
7. делиться опытом

Как прописать «ИННОВАЦИОННОСТЬ»?

1. оценить опыт реализации аналогичных или похожих проектов в городе, регионе, стране, мире;
2. проанализировать методы, подходы, ошибки и работающие технологии;
3. выявить и подчеркнуть выгодные отличия собственного проекта от всех перечисленных выше

В чем может быть инновационность, если проект повторяющийся

- улучшение качества оказания услуг
- расширение географии проекта
- увеличение количества ЦА или благополучателей проекта

Цель проекта = решение проблемы

Задачи проекта = устранение причин

1. ПРОБЛЕМА vs ПРИЧИНЫ ПРОБЛЕМЫ

Проблема 1 →

~~Проблема 2~~

Проблема 3 →

Проблема 4 →

{ Проблема 5
Проблема 6 } →

~~Проблема 7~~

Причина 1

2. ПРОБЛЕМА →

ЦЕЛЬ

Причина 1 →

Причина 2 →

Причина 3 →

Задача 1

Задача 2

Задача 3

Цель проекта и результаты проекта

Цель проекта всегда направлена на решение конкретной проблемы конкретной ЦА и имеет конкретные конечные количественные и качественные результаты

Результаты проекта всегда привязаны к конкретным ЦА

Результаты проекта

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ

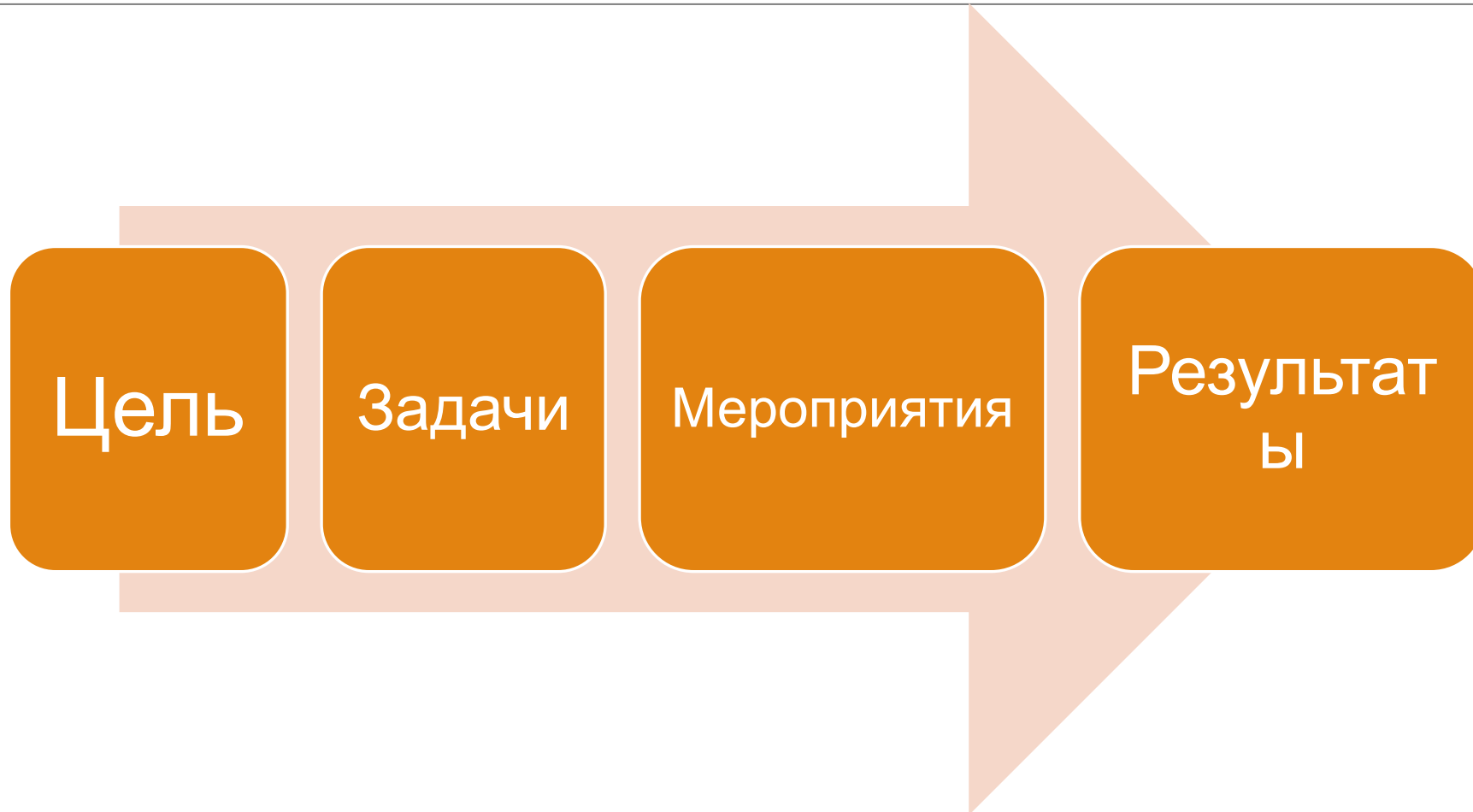
- количество людей, которые ощутят позитивные изменения после осуществления проекта,
- количество продукции,
- количество проведенных занятий

КАЧЕСТВЕННЫЕ

- конкретные качественные изменения жизни ЦА, которых вы добьетесь

- **Измеримые** – те, которые мы можем посчитать.
- **Адекватные** – соответствующие по своему масштабу заявленной проблемы
- **Конкретные** – указывающие на целевую группу, сроки, качественные и количественные характеристики предполагаемых изменений.

Механизм реализации проекта



Задачи и мероприятия проекта



Задачи и мероприятия проекта

Задачи – это шаги, с помощью которых мы достигаем поставленной цели. Каждая задача – частично решает проблему ЦА, заявленную в цели проекта.

Мероприятия – это действия, которые вы предпринимаете для того, чтобы решить задачу.

Важно!

- Если в задаче нет мероприятий, значит, на самом деле она – мероприятие.
- На каждую задачу должно быть не менее 2 мероприятий

Мероприятие

Содержани
е

Срок
исполнения

Место
проведения

Ожидаемы
й результат

Пример:

1 июля – 30 августа: работа в регионе Н оздоровительного лагеря для детей с особенностями развития.
Ожидаемое число участников – не менее 1000 детей

Правила планирования мероприятий

1. Мероприятия должны быть логически связаны с задачами проекта. Каждому мероприятию обязательно должна соответствовать задача. Мероприятий, не направленных на решение задач, в проекте быть не может.
2. Мероприятия должны быть подкреплены ресурсами, командой и бюджетом. Бюджет – это перечень всех затрат, необходимых для реализации проекта. Команда – те люди, которые будут реализовывать ваш проект. Важно, чтобы опыт и компетенции команды обеспечивали реализацию всех ваших мероприятий
3. Сроки мероприятий должны быть реалистичными, т.е. они должны учитывать не только ваши возможности (ресурсы), но и риски.
4. Мероприятия должны иметь ожидаемые количественные и качественные результаты, решающие проблему заявленной ЦА. Совокупность результатов мероприятий будет являться результатами всего проекта.

Ключевые контрольные точки

Ключевые контрольные точки = результаты и сроки мероприятий.

Пример:

Проведение серии встреч с ветеранами войн в северо-западном федеральном округе, **срок** с 1 апреля по 9 мая, **участники встреч** – не менее 5000 ветеранов войн из 7 регионов Российской Федерации.

Контрольная точка:

До 9 мая 2018 года проведены встречи с 5000 ветеранами войн

Ключевые контрольные точки

С помощью ключевых контрольных точек можно:

- увидеть, какие результаты и когда необходимо получить в рамках каждого этапа;
- оценить соотношение результатов всех мероприятий и общего результата проекта;
- оценить, насколько общий результат проекта адекватен усилиям, приложенным для его достижения;
- контролировать и оптимизировать сроки проведения мероприятий (например, когда от сроков проведения одного мероприятия зависит начало следующего);
- контролировать эффективность проведения мероприятий и в случае необходимости вносить изменения в календарный план;
- выстроить действенную систему управления командой проекта (ключевые контрольные точки – это готовые критерии оценки эффективности работы команды).

Команда проекта

Как подобрать команду?

1. определить функционал работ по проекту;
2. распределить этот функционал между членами команды;
3. отталкиваться от специфики проекта;
4. квалификация членов команды должна соответствовать задачам и мероприятиям проекта;

Как отразить команду в заявке?

Из заявки должно быть видно:

- Проект полностью обеспечен опытными, квалифицированными специалистами по всем необходимым для его реализации профилям;
- В заявке доказана возможность всех членов команды качественно работать над проектом на условиях, в порядке и в сроки, установленные календарным планом и бюджетом проекта.

Для этого нужно:

- Перечислить членов вашей команды (до 15 чел.)
- Подтвердить наличие необходимой квалификации у каждого члена вашей команды в той области, в которой он будет работать в вашем проекте (сканы документов об образовании, благодарственных писем, ссылки на публикации в СМИ и т. п.)

Как оформить членов команды?

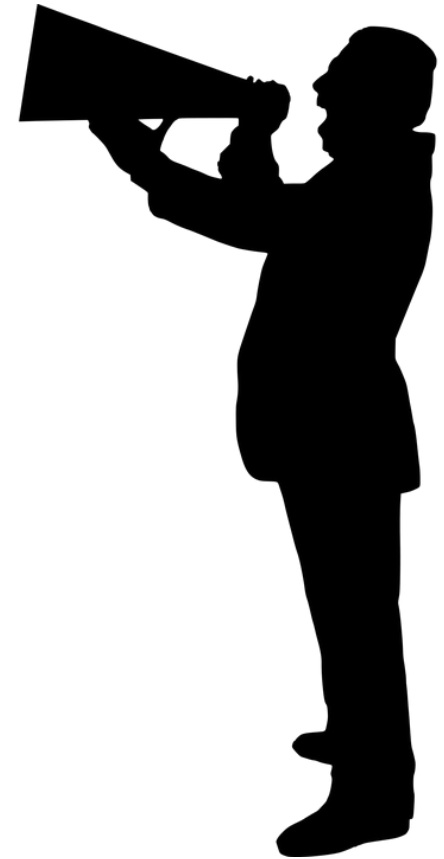
- Весь срок проекта – трудовой договор.
- Конкретные услуги для проекта – договор гражданско-правового характера.
- Штатный сотрудник организации – дополнительное соглашение.

!!! Если в вашем проекте предусмотрена работа на волонтерских началах – подумайте, как вы будете поощрять и благодарить своих волонтеров

Бюджет проекта

Основное правило

В бюджете не может быть
расходов, не связанных с
запланированными
мероприятиями



Бюджет проекта

Обоснованный

- Все статьи расходов должны соответствовать мероприятиям календарного плана

Реалистичный

- Соответствие планируемых расходов реальным рыночным ценам

Эффективный

- Достижение наилучшего результата с использованием оптимального объема средств

Соотношение бюджета и результатов проекта

**Реалистичность и
обоснованность
бюджета
=
эффективность проекта**

Важно!

Посчитать, сколько
стоит одна единица
количественного
результата

Статьи бюджета

- Оплата труда
- Командировочные расходы
- Офисные расходы
- Приобретение, аренда специализированного оборудования, инвентаря и сопутствующие расходы
- Разработка и поддержка сайтов, информационных систем и иные аналогичные расходы
- Оплата юридических, информационных, консультационных услуг и иные аналогичные расходы
- Расходы на проведение мероприятий
- Издательские, полиграфические и сопутствующие расходы
- Прочие прямые расходы

Рекомендации по подготовке бюджета

- Не запрашивайте завышенную сумму в надежде получить меньшую.
- Проверяйте каждую статью на соответствие рыночным ценам.
- Не делегируйте составление бюджета вашего проекта другим людям.
- Формируйте бюджет, исходя из содержания заявки, а не наоборот.
- Изучите «Методические рекомендации по подготовке бюджета проекта»

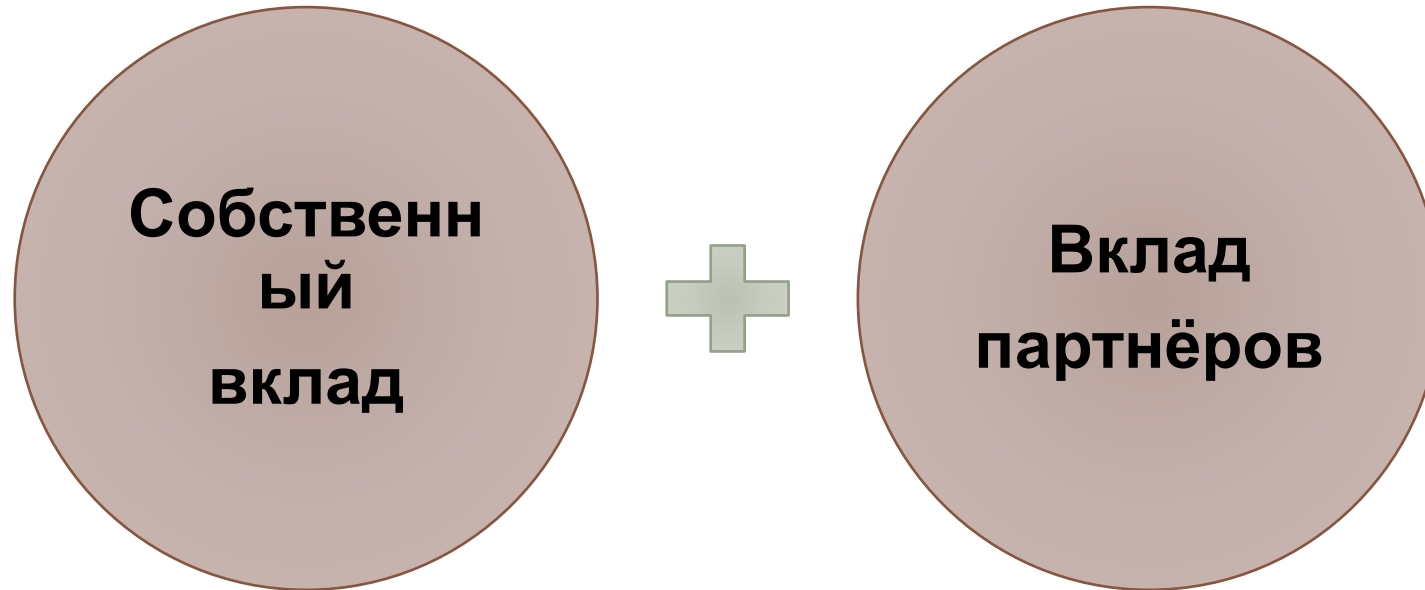
Нельзя закладывать в бюджет

- расходы на капитальное строительство;
- расходы на алкогольную и табачную продукцию;
- расходы на предметы роскоши;
- расходы на поддержку политических партий, кампаний и акций;
- расходы, не связанные с реализацией проекта;
- расходы на приобретение недвижимого имущества;
- расходы на уплату штрафов и погашение задолженностей.

Не рекомендуется закладывать в бюджет:

- расходы на маркетинг и рекламу, в том числе продвижение сайтов и групп в социальных сетях;
- регрантинг – выдачу денежных поощрений за счет средств президентского гранта. Это относится ко всем проектам, кроме тех, которые выбрали направление «Выявление и поддержка молодых талантов в области культуры и искусства»;
- расходы на приобретение продуктов питания с целью их раздачи в виде благотворительной помощи;
- покупку призов и подарков стоимостью более 4 тысяч рублей. Это связано с тем, что для сумм свыше 4 тысяч рублей возникают налоговые последствия. Фонд президентских грантов рекомендует выбирать символические поощрения;
- создание новых памятников и монументов;
- расходы на коммерческую деятельность;
- расходы на издание рукописей, если это не часть проекта, а его суть;
- непредвиденные расходы.

Софинансирование проекта



- имеющиеся у вас ресурсы, которые вы готовы вложить в проект
- показатель серьезности ваших намерений

- ресурсы, которые вы планируете привлечь со стороны
- залог устойчивости и надежности проекта

Софинансирование проекта

- Частные пожертвования (онлайн и оффлайн);
- Собственное помещение и оборудование;
- Волонтёры
 - работа в команде проекта на безвозмездной основе
 - оказание разовых услуг
 - организация и проведение мероприятий
- Вклад партнеров
- Вклад органов власти

Письма поддержки

1. ПП с просьбой поддержать проект
2. ПП, подтверждающее софинансирование, помощь в организации или информационном освещении проекта
3. Письмо-заявка на участие в проекте (напр. от школы, ученики которой будут принимать участие)

Примеры подсчета софинансирования: считаем труд волонтеров

Дано: 10 преподавателей, по 10 уроков по 3 часа каждый.

Что вы делаете:

1. Составляете список добровольцев – их у вас будет 10 человек.
2. Считаете общее количество часов работы каждого волонтера – $10 \cdot 3 = 30$.
3. Находите в Интернете информацию о среднем размере заработной платы в вашем регионе - например, 34000 рублей.
4. Считаете суммарное рабочее время за месяц по производственному календарю – 160 часов.
5. Делите 34000 на 160 и получаете 212 рублей – стоимость одного часа работы.
6. Умножаете количество волонтеров (10) на общее количество часов работы каждого (30) – получается, что всего волонтеры подарят вам 300 часов своего времени.
7. Умножаете 300 на стоимость одного часа работы – 212 рублей. Получаете 63600 рублей – денежное выражение вклада ваших волонтеров в проект.
8. Эту сумму вы вносите в бюджет в качестве софинансирования, а расчеты приводите в комментарии к статье.

Не преувеличивайте волонтерский вклад! Считайте его только в том случае, если добровольцы необходимы в вашем проекте, и вы четко понимаете, сколько вам нужно волонтеров, как вы сможете их привлечь и в каком количестве.

Примеры подсчета софинансирования: считаем пользование помещением

Дано: Помещение площадью 50 квадратных метров в здании в центре города. Общее количество часов – 30.

Что вы делаете:

1. В Интернете, газетах, рекламных справочниках ищите, сколько стоит час аренды подобного помещения в этом районе – например, это 500 рублей в час.
2. Умножаете стоимость часа аренды на общее количество часов (30) – получаете 15000 рублей. Отражаете вклад партнёра (материальные ресурсы) в размере 15000 рублей в бюджете.
3. Расчеты с указанием источника информации о стоимости аренды нужно будет указать в комментарии к статье.

Примеры подсчета софинансирования: считаем пользование оборудованием

Дано: у вас есть 4 компьютера из необходимых 20. Другие 16 вам дарит IT-компания.

Что вы делаете:

1. Смотрите в Интернете или в магазинах, сколько стоят такие же компьютеры, и берете среднюю стоимость – скажем, 15900 рублей.
2. Умножаете 15900 на количество компьютеров (16) – и получаете 254400 рублей.
3. Это значит, что ваш партнер из бизнеса предоставляет вам софинансирование в размере 254 400 рублей.

Важно! Если вы будете использовать эти компьютеры также и в других целях, то итоговую сумму нужно будет пересчитать, учитывая объем работ по проекту, претендующему на грантовую поддержку. Например, если половину рабочего времени ваша организация будет работать над другим проектом, используя эти же компьютеры, сумма софинансирования для этого проекта будет вдвое меньше.

Все расчеты нужно отразить в комментарии к соответствующей статье бюджета.

Информационное сопровождение проекта

Информационная открытость организации



Информационная открытость – степень доступности сведений об организации

Репутация – это закрепившееся мнение аудитории о человеке или организации

Что должно быть на сайте?

- Название и формы связи
- Направления деятельности (информация о целевой аудитории и описание решаемой социальной проблемы)
- Программы (как вы это делаете?)
- Структура организации, контакты ее руководителей и сотрудников
- Коллегиальные органы и их состав (наблюдательный совет, попечительский совет, совет директоров или экспертный совет)
- Уставные документы (Устав, свидетельства о государственной регистрации и постановке на учет в налоговом органе)
- Годовые отчеты (публичный годовой отчет НКО)
- Реализованные проекты («Архив»)
- Материальная база организации (+пожертвования, гранты, субсидии)
- Новости
- Публикации в СМИ
- Ссылки на соцсети (+количество подписчиков)

Социальные сети организации

Страницы и группы в соцсетях могут стать временной заменой собственного сайта. Их главная функция – **поддерживать коммуникацию**.

В социальной сети НКО может:

- публиковать информацию о своей деятельности, в том числе фото и видео;
- анонсировать будущие мероприятия;
- размещать основную информацию о себе, в том числе документы;
- проводить опросы общественного мнения;
- знакомить читателей с сотрудниками, волонтерами, рассказывать о «кухне» своей работы;
- общаться с целевой аудиторией, партнерами, СМИ.

Важно! Фонд оценивает размер аудитории страниц (сравнивая его с размером целевой аудитории в заявке), активность подписчиков и активность самой организации

Информационное продвижение проекта

Информационное продвижение проекта – информирование людей о вашей работе в рамках проекта.

Для чего?

- Формирование репутации
- Привлечение целевой аудитории проекта
- Привлечение ресурсов
- Привлечение партнеров
- Привлечение внимания к проблеме

Целевая аудитория информационной кампании

Целевая аудитория – это группа людей, объединенных общими признаками, на которую планируется воздействие посредством информационной кампании

Важно! Выбрать, изучить и описать ЦА вашей информационной кампании.

Критерии:

- Географические (где живут и работают люди);
- Демографические (возраст, пол, род занятий, уровень образования, состав семьи);
- Экономические (уровень дохода и его источники, имеют ли они постоянную работу, как они тратят деньги);
- Социально-психологические (круг общения, учебное заведение, место работы, способы времяпрепровождения, хобби, интересы, сленг, кумиры).

Это поможет более эффективно сформулировать послание, выбрать каналы информации и форму информационных мероприятий

Цель информационной кампании – определенные действия ЦА (целое поведение): перевод пожертвования, посещение мероприятия, оказание инфоподдержки, репост важной новости и т. д.

Концепция информационного продвижения

Концепция информационного продвижения – это описание вашей ЦА и инструментов, с помощью которых вы будете с ней общаться

Для чего?

- помогает систематизировать информацию о ЦА, имеющихся ресурсах и инструментах
- концепция необходима, если вы собираетесь привлечь партнеров: вам понадобится документ, из которого будет ясно, как именно вы собираетесь проводить свою информационную кампанию

Содержание:

- Цель вашей кампании по продвижению проекта
- Описание целевой аудитории
- Описание целевого поведения
- Инструменты продвижения
- Партнеры
- План продвижения

Правила общения с партнерами (1)

1. Имейте презентационные материалы о проекте

Для бизнеса: чем и почему вы занимаетесь и что получит ваш партнер от взаимодействия с вами

Для власти: как именно ваш проект будет способствовать решению актуальной социальной проблемы, как он соотносится с аналогичной деятельностью государственных учреждений, чем дополняет ее, что нового и более эффективного привносит

2. Обязательно изучите партнера заранее

Для бизнеса: следите за сайтами и соц. сетями крупных компаний, смотрите, какие программы они реализуют, читайте их отчеты. Если у компании уже есть концепция корпоративной социальной ответственности, есть свои благотворительные программы, и вы в них не попадаете – ищите других партнеров

Для власти: посмотрите, какие проекты осуществляет государство в области, в которой вы работаете

Правила общения с партнерами (2)

3. Напишите официальное письмо

Для бизнеса: руководству, в департамент, который занимается корпоративной социальной ответственностью или корпоративной благотворительностью, подразделения корпоративных коммуникаций, связей с общественностью, маркетинга и рекламы, отдел кадров или подразделение по управлению персоналом

Для власти: кто именно занимается вашей проблематикой : органы соцзащиты, экономической политики и т.д.

4. Никогда не рассылайте потенциальным партнерам одно и то же письмо
5. Принимайте участие в мероприятиях, организуемых органами государственной власти и госучреждениями, а также в мероприятиях с участием представителей интересных вам компаний

Структура заявки.

Алгоритм работы с заявкой

Форма заявки

1. О проекте
2. Руководитель проекта
3. Команда проекта
4. Организация-заявитель
5. Календарный план реализации проекта
6. Бюджет проекта

* см. пример заявки 2022-1

Краткое описание проекта

- основная идея проекта;
- целевая аудитория;
- география;
- цель и задачи;
- этапы реализации проекта и основные мероприятия;
- инновационность: в чем отличие вашего проекта от аналогичных;
- каких примерных количественных и качественных показателей вы планируете достигнуть за время реализации проекта;
- дальнейшее развитие проекта.

Обоснование социальной значимости

- сформулировать социальную проблему выбранной целевой группы в конкретном масштабе
- причины проблемы
- оценить объем целевой аудитории на выбранной территории
- показать, что заявленная проблема важна для заявленных целевых групп на конкретных фактах
- статистика

Дальнейшее развитие проекта

- Что будет с проектом дальше, когда грант закончится?
- На какие средства вы будете реализовывать мероприятия проекта в дальнейшем?

<p style="text-align: center;">Разделы заявки</p> <p style="text-align: center;">Критерии оценки</p>	Обоснование социальной значимости проекта	Письма поддержки	Целевые группы проекта	Описание проекта	Цели и задачи проекта	Результаты проекта	Дальнейшее развитие проекта	Команда проекта	Информация об организации	Календарный план	Бюджет проекта
1. Актуальность и социальная значимость проекта	✓	✓	✓	✓	✓		✓			✓	
2. Логическая связность и реализуемость проекта, соответствие мероприятий проекта его целям, задачам и ожидаемым результатам	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓
3. Инновационность, уникальность проекта				✓						✓	
4. Соотношение планируемых расходов и ожидаемых результатов, адекватность, измеримость и достижимость таких результатов		✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓
5. Реалистичность бюджета проекта и обоснованность планируемых расходов		✓		✓						✓	✓
6. Масштаб реализации проекта	✓	✓		✓						✓	
7. Собственный вклад организации и дополнительные ресурсы, перспективы дальнейшего развития проекта		✓					✓		✓		✓
8. Опыт организации по успешной реализации проектов, программ по соответствующему направлению деятельности		✓						✓	✓		
9. Соответствие опыта и компетенций команды проекта планируемой деятельности				✓				✓		✓	✓
10. Информационная открытость организации									✓		

Контакты

Whatsapp: 8-913-932-71-50

E-mail: nta@amouksimp.ru