

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

ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ КУРСЫ

«ГРАНТЫ-РТ»

о грантах просто и доступно

КАЗАНЬ – 2019

Центр образования «Генезис» представляет проект «Информационно-образовательные курсы «Гранты-РТ», который реализуется на средства субсидии из бюджета Республики Татарстан некоммерческим организациям, реализующим социально значимые проекты.

Методические материалы по социальному проектированию, фандрайзингу, грантрайтингу, которые Вы держите в руках, также являются частью данного проекта.

Над проектом работали:

- Центр инноваций социальной сферы (Ресурсный центр поддержки СО НКО) Фонда поддержки предпринимательства Республики Татарстан;
- Казанский (Приволжский) федеральный университет;
- Центр инновационного развития и трансфера технологий;
- Корпорация активной молодежи;
- Капитан Грантов.

Проект «Информационно-образовательные курсы «Гранты-РТ» имеет видеoverсию из 25 видеокурсов, которые находятся в свободном доступе на <https://vk.com/cissrt> и <https://vk.com/cptgrantov>

Авторский коллектив:

Дыганов А.Г., Рафиков Е.В., Пашина А.Д., Королева Ю.А.

СОДЕРЖАНИЕ

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

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 отчётом 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.

Разделы проекта:

- актуальность;
- цель;
- задачи;
- команда;
- план мероприятий;
- общественно полезные цели;
- срок;
- ресурсы (люди, деньги, оборудование и т.д.);
- социальный эффект.

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 до и после);
- коммерческий проект;
- 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 полгода*);
- 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 требования указываются в конкурсной документации!

НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

Название проекта можно выбрать любое. Уже по названию эксперты грантооператора могут 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 сообществам «DonorSearch».

АННОТАЦИЯ 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

Содержание аннотации:

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

Отрицательно влияет на восприятие аннотации:

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

ГЕОГРАФИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

География проекта – это территория реализации проекта.

От географии зависят:

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

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 НКО;
- опыт реализации проектов;
- ресурсы проекта;
- целевая аудитория проекта;
- партнеры проекта.

Самая 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 на реальную необходимость в расширении проекта;

3. участвуйте в форумах, конференциях, ярмарках для СО НКО, где Вы можете представить свою выставочную зону 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!

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

В этом разделе важно указать:

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

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.

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

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИИ 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.

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

1. *прямая целевая аудитория – дети-участники;*
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.

Обратите внимание, что в различных конкурсах могут быть свои требования к целевой аудитории.

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

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.

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 года

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

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

К цели проекта необходимо прийти, выполнив определенные ключевые действия. Хочется обратить 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!

Содержание задач:

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

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">– подготовить учебно-методический материал– сформировать рабочую группу по реализации проекта– запустить промо-кампанию– запустить формат мероприятий

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 месяцев (1 год);
2. Фонд президентских грантов – краткосрочные проекты (до 18 месяцев) и долгосрочные проект (до 36 месяцев реализации).

Ставьте реальные сроки!

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.

Возможные партнеры НКО:

- другие НКО;
- бизнес-сообщество;
- СМИ;

- администрации и исполкомы;
- территориальные общественные самоуправления (ТОС);
- государственные и муниципальные учреждения;
- граждане или их объединения;
- эксперты.

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

Важно подтвердить факт партнерства. Как правило, это делается в письменном виде.

<p align="center">Пример письма о партнерстве от организации</p>	<p align="center">Пример письма о партнерстве от физического лица</p>
<p><i>На бланке организации</i></p> <p 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 литров в количестве 1000 штук на общую сумму 15000 рублей.</p> <p>Ответственное лицо: Петров П.П. +7-9000-000-000</p> <p>Директор Иванов И.И.</p> <p align="center"><i>(печать, подпись)</i></p>	<p align="right">В Фонд президентских грантов</p> <p>Я, Иванов Иван Иванович, организатор культурно-массовых мероприятий готов поддержать проект «НАЗВАНИЕ» и принять участие в организации и проведении развивающей смены для детей продолжительностью 2 дня.</p> <p>Портфолио прилагается.</p> <p align="right">Иванов И.И.</p> <p align="right"><i>(подпись)</i></p>

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В количественных результатах особенно важно показать связь желаемого эффекта с календарным планом и бюджетом проекта.

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

Требования к количественным показателям:

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

Примеры формулировок количественных показателей:

- количество участников мероприятий проекта – 1000;
- количество проведенных мероприятий – 100;
- количество вовлеченных в проект музеев – 10;
- количество скачиваний/просмотров изданного учебного материала проекта – 100 000;
- количество городов, где реализуется проект – 3.

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 изменении его участников и общества.

Примеры измерения качественных показателей:

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

Примеры формулировок качественных показателей:

- вовлечение участников проекта к посещению музеев на регулярной основе;

- сформирована рабочая группа молодежи, целью которых 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;
- непонятно откуда взятые проценты;
- абстрактные цифры;
- умозрительные результаты.

ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ ПРОЕКТА

Грантооператору важно видеть долгоиграющие проекты. 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.

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. **Тиражирования 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 годах) развивался следующим образом:

- 1. центральный офис проекта находится в г. Казани, где формируются все цели, планы и т.д.;*
- 2. представители проекта находятся в нескольких городах по Республике Татарстан и получают организационную, методическую, ресурсную и иную поддержку из Казани. При этом здесь осуществляется усиленный контроль за реализацией всех мероприятий проекта;*
- 3. 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.*

РУКОВОДИТЕЛЬ И КОМАНДА ПРОЕКТА

Кадры решают всё 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. При этом руководитель проекта может и не быть руководителем 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 таких лиц необходимо получить письма о согласии участвовать в проекте.

Слагаемые успеха команды:

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

В первом конкурсе Фонда президентских грантов 2019 года, раздел руководитель и команда проекта обновился. Появился выбор: либо вручную заполнять информацию о каждом человеке в личном кабинете сайта Фонда, либо создать профиль на подведомственном сайте «Созидатели» (<https://sozidateli.ru/>) и далее выстроить связь с этим аккаунтом.

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

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 желаемые результаты.

Пример календарного плана

№	Решаемая задача	Мероприятие	Дата начала	Дата завершения	Примечание
1	Сформировать штат специалистов проекта	Поиск и подбор персонала проекта в каждом городе	07.04.2019	21.04.2019	Собрали команду из 20 человек и 100 волонтеров в 2 городах, тем самым обеспечили выполнение всего функционала
2	Подготовить информационное	Поиск и утверждение	07.04.2019	21.04.2019	Нашли 10 информационных

	техническое обеспечение команды проекта	информационных партнеров, социальных возможностей для распространения рекламы и закупка/логистика инвентаря в каждый город			партнеров в Казани. Под рекламу мероприятий выделены 100 билбордов по городу, закуплен весь необходимый инвентарь
3	Подготовить информационное техническое обеспечение команды и парковых площадок в городах присутствия проектов	Модернизация сайта и мобильных приложений проекта для улучшения регистрации, ввода нового функционала	07.04.2019	30.04.2019	Добавили на сайте grants.ru личный кабинет, систему рассылку и программу лояльности
4	Реализовать серию очных мероприятий проекта	Организовать церемонию открытия	30.04.2019	30.04.2019	Провели торжественное мероприятие на 1000 участников и 5000 зрителей на стадионе Казань-Арена
5	Реализовать серию очных мероприятий проекта	Запустить еженедельные мероприятия проекта	01.05.2019	01.07.2019	Провели 15 еженедельных мероприятий с охватом в 5000 человек

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

Также большое количество мероприятий может озадачить экспертов грантооператора. Рекомендуется объединять похожие действия в большие блоки.

КАКУЮ СУММУ ПРОСИТЬ

Стоит обратить внимание, что в каких-то конкурсах размер гранта регламентирован, а в каких-то нет.

Размеры грантов в конкурсе Фонда президентских грантов:

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

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

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 рублей. Гранты Министерства экологии Республики Татарстан составляют в среднем от 100 000 до 200 000 рублей, а гранты ПАО «Лукойл» до 400 000 рублей.

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 рублей лучше, чем 500 015 рублей, так как заявка попадает в категорию с меньшими критериями оценки, а значит больше шансов получить желаемую сумму.

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

БЮДЖЕТ ПРОЕКТА – ОБЩАЯ СМЕТА

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

Примерно 30% от общего бюджета проекта, должны быть вкладом НКО.

Структура сметы:

- оплата труда штатных сотрудников;
- выплаты физическим лицам;
- страховые взносы;
- командировочные расходы;
- офисные и канцелярские расходы;
- приобретение, аренда специализированного оборудования, инвентаря;
- издательские и полиграфические расходы;
- разработка и поддержка сайтов, информационных систем;
- оплата юридических, информационных, консультационных услуг;
- расходы на проведение мероприятий;
- 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;
- указывайте реальные суммы;
- смета должны 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 рублей;
- 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.

Оплата труда

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

Не забывайте о начислениях:

30,2% – штатным сотрудникам

27,1% – по гражданско-правовым договорам

Транспортные расходы

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

Полиграфия

По полиграфии также необходимо понимать, сколько и для чего нам необходимо листовок, афиш, методичек и прочего, особенно если ключевые целевые аудитории активно пользуются интернетом.

Оборудование и инвентарь

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

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!

СМЕТА 4.0 - СОФИНАНСИРОВАНИЕ

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

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-партнёр предоставляет НКО 1000 бутылочек воды по 15 рублей каждая, что составляет 15 000 рублей. Это вклад бизнес-партнера в проект. СМИ публикует о проекте 5 статей по 5000 рублей каждая, что составляет 25 000 рублей. Это вклад СМИ в проект.

По общему правилу, вклад НКО в проект должен составлять примерно 30-50%. Не забывайте, что это уже с учетом возможного софинансирования со стороны партнеров.

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

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) – <https://planeta.ru>,
<https://ikarta.tatar>; <https://boomstarter.ru>
- предпринимательство;
- льготные и беспроцентные займы;
- благотворительность (сбор частных пожертвований через ресурсы НКО);
- субсидии государства.

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОЕКТА

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

Информационная открытость НКО:

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

Места размещения информации о проекте:

- социальные сети;
- сайт НКО;
- интернет-ресурсы;
- газеты;
- журналы;
- радио;
- телевидение;
- лидеры мнений;
- офф-лайн мероприятия;
- пресс-конференции.

Рекомендуется заранее создавать социальные сети проекта и не накручивать их фэйками (фальшивыми участниками). Пусть первое время будет немного подписчиков, зато реальные. Без присутствия НКО в интернете экспертам грантооператора сложно понять ее историю, текущую деятельность, достижения и многое другое.

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;
- дипломы;
- благодарственные письма;
- фото- и видео- материалы;
- презентации;
- схемы;
- диаграммы;
- патенты;
- разработанные методики;
- прототип;
- варианты бренд-бука;
- и 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.

ИНФОРМАЦИЯ О ГРАНТАХ

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

Подписка на рассылки различных сообществ и грантооператоров:

- Фонд президентских грантов (президентские гранты.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/infopv)
- Центр инноваций социальной сферы (Ресурсный центр поддержки СО НКО) (vk.com/cissrt).
- Капитан Грантов (Телеграм-канал t-do.ru/cptgrantov, vk.com /cptgrantov)
- и другие

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 другие) 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	<p style="text-align: center;">Центр инноваций социальной сферы Некоммерческой микрокредитной компании «Фонд поддержки предпринимательства Республики Татарстан»</p>	<p style="text-align: center;"> http://ciss-rt.ru https://vk.com/cissrt ciss.rt@mail.ru +7 (843) 222-90-60 (доб.211, 212) г.Казань, ул.Петербургская, 28 </p>
г.Набережные Челны	<p style="text-align: center;">АНО «Ресурсный центр институтов гражданского общества «Перспектива»</p>	<p style="text-align: center;"> https://vk.com/perspektiva16 info@rcc16.ru + 7 (960) 087-75-36 г.Набережные Челны, Цветочный бульвар, 1а </p>
г.Альметьевск	<p style="text-align: center;">АНО «Ресурсный центр социально ориентированных некоммерческих организаций «Вертикаль»</p>	<p style="text-align: center;"> https://rcv16.ru rcv16@mail.ru 2217070@mail.ru +7 (917) 221-70-70 +7 (996) 335-18-10 г.Альметьевск, ул. Лермонтова, 45а </p>

Подписано в печать 28.02.2019.
Бумага офсетная. Печать ризографическая.
Формат 60x84 1/16. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 1,63.
Уч.-изд. л. 0,79. Тираж 300 экз. Заказ 219/2

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии Издательства Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужи́на, 1/37
Тел. (843) 233-73-59, 233-73-28