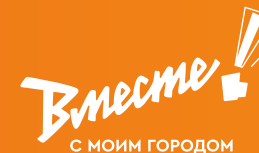


# ВМЕСТЕ! С МОИМ ГОРОДОМ – 2026

Методические рекомендации по основам разработки  
социально ориентированных проектов  
и подготовки заявок для участия в конкурсе



# ЧТО ТАКОЕ СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ?

## СОЦИАЛЬНЫЙ (СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЙ) ПРОЕКТ –

деятельность, направленная на решение актуальной социальной проблемы местного сообщества.



## СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ СОСТОИТ ИЗ НЕСКОЛЬКИХ ЭТАПОВ:

- Выявление социальной проблемы
- Разработка идеи
- Поиск ресурсов на реализацию идеи
- Реализация идеи
- Оценка результатов и отчет

## КОНКУРСНАЯ ЗАЯВКА (ЗАЯВКА НА ГРАНТ) –

паспорт проекта, документ, оформленный в соответствии с требованиями и рекомендациями конкурса, содержащий конкретную информацию о проекте.



# КЛЮЧЕВЫЕ ПРИЗНАКИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

ПРОЕКТ ВСЕГДА ИМЕЕТ РЯД УСЛОВИЙ:

## ВРЕМЯ

у проекта есть  
начало и окончание

## РЕСУРСЫ

то, что необходимо  
для реализации проекта

## КОМАНДА

авторы проекта, эксперты,  
волонтеры

## ТЕРРИТОРИЯ

география  
реализации проекта

## БЛАГОПОЛУЧАТЕЛИ

люди, которые получают  
пользу от проекта, на помощь  
которым он направлен

## ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

проект – это не просто помощь  
благополучателям в определенный  
промежуток времени.  
Проект – это законченная деятельность  
по решению конкретной проблемы

## ПРИЗНАКИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА:

- Направленность на решение социальной проблемы
- Ненаправленность на извлечение прибыли
- Проект не должен подменять деятельность органов государственной власти



Если ваш проект можно охарактеризовать вот таким фото:



то это не проект,  
а запрос на приобретение  
оборудования или создание  
инфраструктуры.



Социальный проект всегда направлен на позитивные изменения в жизни людей, а запланированное к приобретению оборудование помогает этим изменениям случиться, но не является целью и ценностью проекта.

**Главная цель и ценность проекта – те изменения, которые произойдут с людьми в процессе или по окончании его реализации.**



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЗАПОЛНЕНИЮ ЗАЯВКИ

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

Постарайтесь сформулировать название вашего проекта так, чтобы оно было:

- ярким и запоминающимся
- «говорящим» (чтобы из названия можно было понять суть проекта)
- и не сильно длинным (чтобы удобно было упоминать название проекта в СМИ, пресс-релизах, постах и т.д.)

## ПРИМЕРЫ УДАЧНЫХ НАЗВАНИЙ ПРОЕКТОВ

«КультиRный код малой родины»  
«Читай-трамвай»  
«НеПакет»  
«Пасс на доверие»  
«Медиашкола «НеПРЕССные новости»  
«Рудная мастерская «Место рождения»



# АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА

## АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА –

это ответ на вопрос, почему предлагаемый проект необходимо реализовать:

- для конкретной целевой группы
- на конкретной территории
- именно в настоящий момент



## ПРОБЛЕМА –

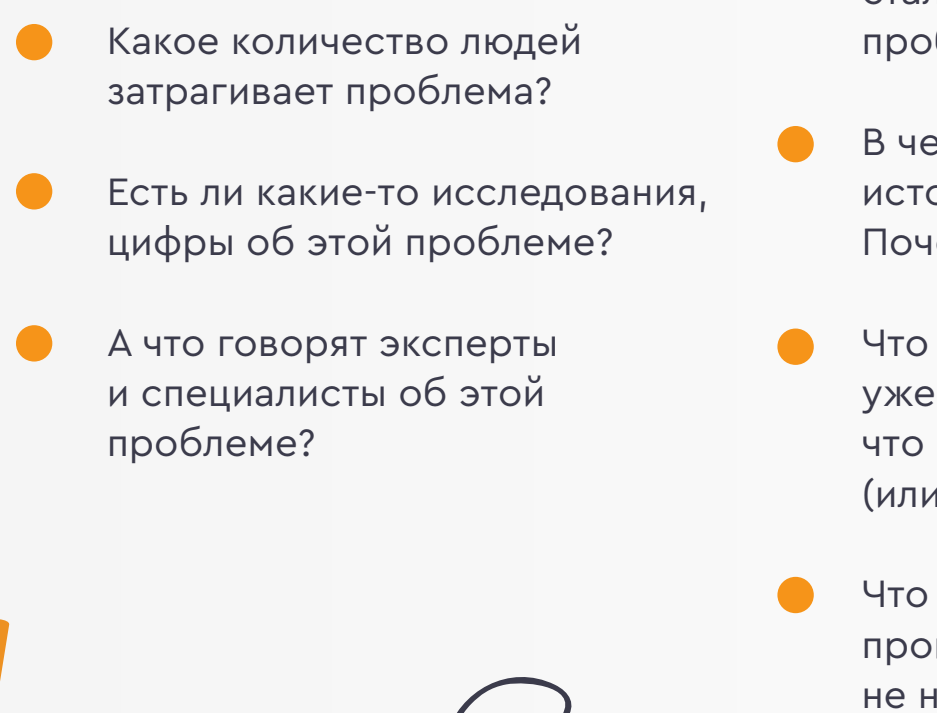
это противоречие и несоответствие между существующим, реальным положением дел и желаемой (необходимой) ситуацией.

### Описание проблемы может включать в себя:

- Краткое описание существующей ситуации (с количественными показателями, статистикой)
- Краткое описание причин существующей проблемной ситуации (почему она происходит?)
- Краткое описание последствий проблемной ситуации (что плохого происходит уже сейчас? что произойдет, если не начать менять ситуацию?)
- Краткое описание желаемой ситуации



# ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДСКАЗКИ

- 
- Как вы поняли, что проблема существует?
  - Какое количество людей затрагивает проблема?
  - Есть ли какие-то исследования, цифры об этой проблеме?
  - А что говорят эксперты и специалисты об этой проблеме?
  - Есть ли какие-то факты, истории конкретных людей, сталкивающихся с этой проблемой?
  - В чем причина, истоки проблемы? Почему она появилась?
  - Что плохого происходит уже сейчас из-за того, что проблема существует? (или не происходит хорошего?)
  - Что плохого может происходить в будущем, если не начать решать проблему?



# ЧЕК-ЛИСТ САМОКОНТРОЛЯ ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ

Проверьте перед отправкой заявки, все ли вы учли?



- ☐ Проблемная ситуация названа и описана
- ☐ Есть привязка проблемы к территории реализации
- ☐ Есть описание потребностей благополучателей и целевых групп
- ☐ Благополучатели / ЦА подтверждают заинтересованность в проекте
- ☐ Есть статистические данные / количественные показатели проблемы / данные опросов и исследований / мнения экспертов / какие-то факты, истории конкретных людей, сталкивающихся с этой проблемой
- ☐ По возможности обозначены причины и следствия проблемы





# ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОЕКТЕ

## ЦЕЛЬ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА –

это ответ на вопрос: «Чего хотим достичь, что мы хотим изменить?»

Формулировка цели содержит краткое описание конечного ожидаемого результата реализации проекта, то есть тех позитивных изменений, которые произойдут в результате реализации проекта.



Неправильная формулировка цели –  
«строительство детской площадки».



Правильная формулировка цели –  
«создание условий для досуга детей»,  
то есть мы площадку создаем не просто,  
чтобы она была, а для некоторых  
позитивных изменений, вот это изменение  
и нужно указывать в формулировке цели.

Задачи социального проекта – это ответ на вопрос:  
**«ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ЭТО ИЗМЕНЕНИЕ ПРОИЗОШЛО?»**

Задачи – это своеобразные «подцели» проекта, они всегда указывают на конкретный результат, который поддается количественной оценке и имеет показатели, необходимые для измерения эффекта проекта.

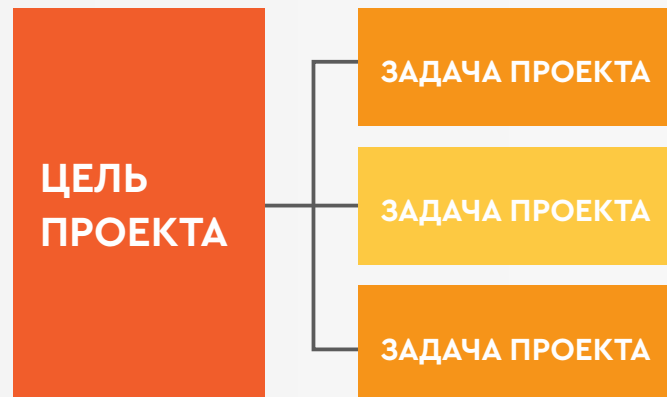


Задачи могут быть последовательными этапами на пути достижения цели, а могут быть параллельными направлениями.

### БЫВАЕТ ТАК:



### А БЫВАЕТ И ТАК:



Цель в проекте всегда одна. Задач в проекте может быть от трех до пяти.

**Цели и задачи проекта должны соответствовать методике SMART:**

- Specific (точные, конкретные)
- Measurable (измеримые)
- Achievable (достижимые)
- Realistic (реалистичные)
- Time-bound (имеющие временные рамки)

## ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДСКАЗКИ

- Что должно измениться в результате вашего проекта?
- Как вы видите образ результата? Что хорошего случится благодаря вашей работе?
- Что необходимо сделать, чтобы это произошло?



# ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ (БЛАГОПОЛУЧАТЕЛИ) ПРОЕКТА

## ● ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ –

это группы людей, на которых направлены основные проектные мероприятия.

## ● БЛАГОПОЛУЧАТЕЛИ –

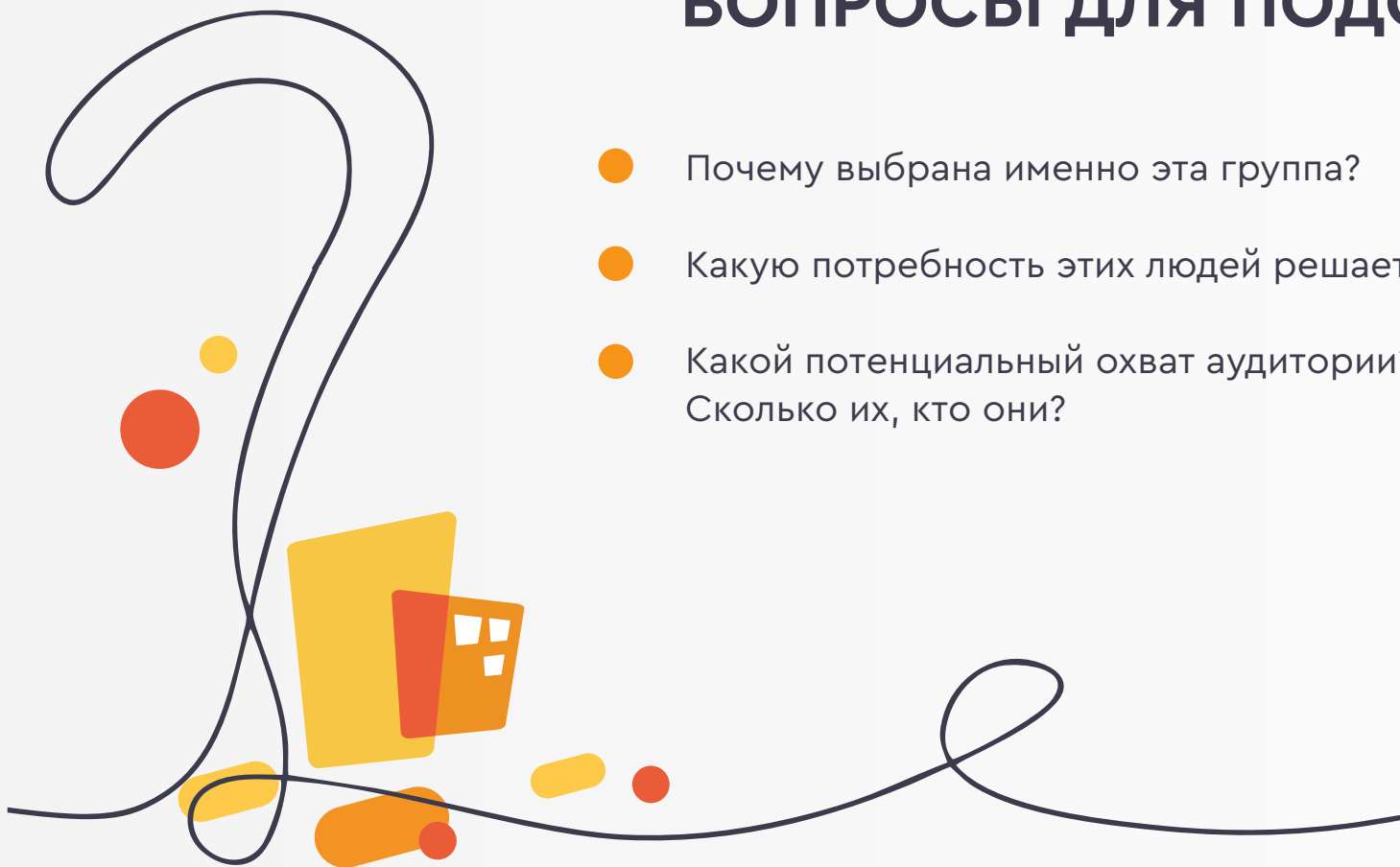
это группы людей, в интересах которых реализуется проект, которые получают пользу от его реализации, чью проблему проект призван решить, в жизни которых произойдут позитивные изменения в результате реализации проекта.

Чаще всего в проекте целевые аудитории и благополучатели – это одни и те же люди, но не всегда. Предположим, проект направлен на подготовку и обучение волонтеров для работы в детских домах. Целевая аудитория проекта – волонтеры, а благополучатели – воспитанники детского дома.



## ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДСКАЗКИ

- Почему выбрана именно эта группа?
- Какую потребность этих людей решает ваш проект?
- Какой потенциальный охват аудитории?  
Сколько их, кто они?



# ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТА

В 2026 году приоритет будет отдан проектам, которые имеют продуманную информационную составляющую и предусматривают продвижение проекта и его активностей среди целевых аудиторий и местного сообщества.

?

**Зачем продвигать свой проект и рассказывать другим о его задачах и активностях?**

!

Чтобы привлечь к нему волонтеров, партнеров, единомышленников, чтобы проинформировать благополучателей о том, что в рамках проекта им может быть оказана помощь, и т.д.

?

**Как вы планируете это делать?**

!

Перечислите и опишите конкретные инструменты – может, вы будете привлекать СМИ или продвигать проект в социальных сетях? Может, у вас запланировано размещение печатных материалов или проведение публичных масштабных акций?

Это важный элемент заявки, которому эксперты при оценке будут (в случае качественного заполнения) присваивать дополнительные баллы.



# КЛЮЧЕВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПРОЕКТА

## ● МЕРОПРИЯТИЯ (МЕТОДЫ) ПРОЕКТА –

это конкретные шаги  
по достижению цели.

## ● КЛЮЧЕВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ –

это наиболее яркие, публичные,  
масштабные и значительные  
активности проекта.

При заполнении этого пункта заявки необходимо кратко описать суть и цель планируемых мероприятий и указать конкретные (числовые) показатели (например, количество участников).

Подробный перечень мероприятий описывается в отдельном разделе конкурсной заявки – «поэтапный план-график реализации проекта».



# ПАРТНЕРЫ И ИХ РОЛЬ В ПРОЕКТЕ

**ПАРТНЕРЫ** – это организации и люди, которые так же, как и заявитель, заинтересованы в реализации проекта и готовы поддержать его участием и ресурсами.

Наличие партнеров делает ваш проект более устойчивым и демонстрирует, что он действительно важен и нужен для территории.

Опишите вклад каждого партнера в реализацию проекта (это должно быть содержательное полноценное активное участие в проекте, а не формальная поддержка). Например, укажите партнеров, которые помогают вам привлечь волонтеров или предоставляют в безвозмездную краткосрочную аренду помещения для проведения ключевых мероприятий.

Поддержку проекта желательно подтвердить письмами от указанных партнеров.





## ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДСКАЗКИ

- С кем вместе вы планируете реализовать проект?
- Чье участие сделало бы проект более эффективным?
- У каких организаций и людей есть ресурсы, которые необходимы для реализации проекта?
- Кто мог бы стать волонтером в проекте или помог бы привлечь волонтеров?



# РИСКИ ПРОЕКТА

**РИСК** – вероятностное событие, которое может оказать существенное негативное влияние на реализацию проекта, затруднить достижение цели и задач проекта. Иными словами, что может пойти не так. Какие события или обстоятельства могут негативно повлиять на ход реализации проекта, что может помешать его успешному выполнению на каждом из этапов?

## РИСКИ ПРОЕКТА БЫВАЮТ ВНУТРЕННИМИ И ВНЕШНИМИ:


- **ВНУТРЕННИЕ РИСКИ** – это препятствия внутри команды проекта, которые могут возникнуть и помешать его успешной реализации (например, ключевой эксперт в этой сфере переехал жить в другой город).
- **ВНЕШНИЕ РИСКИ** – это те контролируемые и неконтролируемые (например, погода) обстоятельства, которые могут помешать реализации проекта или проведению его отдельных мероприятий.

Не просто зафиксируйте существующие риски, а опишите, как команда намерена преодолевать возможные препятствия (способы профилактики) или минимизировать вероятные потери (например, альтернативные решения на случай неуправляемых рисков).

Особенно важно понимать, что будет с вашим проектом, если эпидемиологическая ситуация не изменится? Будете ли вы переводить проект в онлайн, как? Или найдете какое-то другое решение? Продуманный риск-менеджмент – это то, что делает ваш проект устойчивым.



## ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДСКАЗКИ

- 
- Что может помешать команде реализовать проект?
  - Почему участники проекта могут не прийти на мероприятия?
  - Почему мероприятие может не получиться?
  - Как можно избежать этого?
  - Что можно сделать, если этот риск случится?



# ПОЭТАПНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА



## **ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА –**

это последовательность всех мероприятий, соответствующих целям и задачам проекта, направленных на достижение ключевых результатов и подразумевающих расходование средств в рамках бюджета проекта.

Рекомендуется группировать отдельные мероприятия проекта в несколько укрупненных этапов, например «подготовительный этап», «основной этап», «заключительный этап» и т.д.

Не стоит перегружать план-график небольшими текущими мероприятиями, не связанными напрямую с работой с благополучателями и достижением ключевых результатов проекта (описывать «внутренние» задачи команды проекта – совещания, подготовку документации, решение организационно-технических вопросов и т.п.).

**Не забывайте указывать сроки проведения конкретных мероприятий!**



# ЧЕК-ЛИСТ САМОКОНТРОЛЯ ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ



**Проверьте перед отправкой заявки, все ли вы учли?**

- ☐ Цель сформулирована четко и корректно  
(как планируемое изменение в жизни людей и/или территории)
- ☐ Задачи сформулированы корректно (как этапы по достижению цели)
- ☐ Цели и задачи проекта соответствуют выбранной тематике
- ☐ Целевые группы указаны конкретно (а не просто «жители города»)
- ☐ Есть понимание, как проект использует принципы соучаствующего проектирования
- ☐ Календарный план информативный и проработанный
- ☐ Обозначенные в плане мероприятия соответствуют заявленной цели и направлены на решение указанной проблемы
- ☐ В календарном плане представлена деятельность по работе с аудиторией,  
а не внутренние активности команды (разработка документации, наем бухгалтера и т.д.)
- ☐ Сроки в календарном плане реалистичные
- ☐ Риски продуманы, есть описание внутренних и внешних рисков
- ☐ Обозначены способы профилактики рисков или альтернативные варианты на случай  
неуправляемых рисков
- ☐ У проекта есть партнеры, они не просто перечислены в заявке – указан их  
содержательный вклад



# ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

## ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ – это ответы на вопросы:

- Что же в итоге изменится после реализации проекта?
- Как проект повлияет на целевую аудиторию?
- Как мы поймем, что цель достигнута?

Результаты бывают количественными и качественными.

## КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ –

это то, что можно посчитать.

Например, количество участников, благополучателей, мероприятий и т.д.

## КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ –

положительные изменения в социальной действительности, полное или существенное решение социальной проблемы (проблем), на которое был направлен проект.

Их можно увидеть, проанализировать, протестировать, узнать с помощью опросов.

Результаты проекта должны четко соответствовать поставленным целям и задачам проекта.



# ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

## РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА ДОЛЖНЫ БЫТЬ:

- Точными и конкретными
- Измеримыми
- Достижимыми
- Иметь временные рамки

## ПРИМЕР

### КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

- Проведено 3 лекции в вузе о важности донорства, роздано 500 информационных буклетов
- В акциях по сдаче крови приняли участие 200 человек

### КАЧЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

- Увеличение числа доноров среди студентов
- Формирование ответственного отношения к своему здоровью у участников проекта: чтобы стать донором, необходимо быть здоровым человеком, соблюдать здоровый образ жизни

## СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА –

один из самых ключевых разделов заявки. В этом разделе очень важно сформулировать и указать главное воздействие и влияние проекта, то, ради чего он придумывался.

Как ваш проект изменил системно жизнь благополучателей?  
Что нового, хорошего, полезного проект привнес в их жизнь?  
Как проект изменил к лучшему территорию, на которой он был реализован?

Возможно, изменения произойдут и «внутри проекта» – среди тех, кто его будет реализовывать (команда, волонтеры), – укажите и их.



# ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДСКАЗКИ

- Сколько в рамках проекта пройдет мероприятий?
- Сколько человек примут в нем участие?
- Сколько волонтеров и партнеров будут вовлечены в реализацию проекта?
- Сколько пользы будет принесено? Скольким людям проект поможет?
- Сколько публикаций в СМИ или сети Интернет будет о проекте?
- Как проект изменит к лучшему жизнь людей? Что они начнут делать по-другому?
- Как проект изменит территорию?





# ЧЕК-ЛИСТ САМОКОНТРОЛЯ ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ

Проверьте перед отправкой заявки, все ли вы учли?



- ☐ Результаты соответствуют проблематике, цели и задачам, плану-графику проекта
- ☐ Количественные результаты охватывают все сферы проекта
- ☐ Представлены корректные качественные результаты (как показатели изменений в жизни благополучателей)
- ☐ Результаты достижимы в указанные сроки выбранными методами
- ☐ Результаты измеримы, их можно оценить и посчитать
- ☐ Есть способы измерения качественных результатов
- ☐ Социальный эффект проекта продуман и сформулирован



## ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ ПРОЕКТА – ЭТО ОПИСАНИЕ ОТВЕТОВ НА ВОПРОСЫ:

- Завершен ли проект или он будет продолжен в том или ином виде?
- Каковы механизмы поддержки достигнутых в рамках проекта результатов, насколько они устойчивы?
- Каковы целесообразность и перспективы масштабирования и тиражирования проекта на другие целевые группы / территории?
- Каковы источники финансирования проекта в последующие годы?

## ИННОВАЦИОННОСТЬ И УНИКАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА

В этом разделе вы описываете новации и оригинальные решения, которые содержит ваш проект.

Что принципиально нового привнесет реализация вашего проекта в жизнь территории?

Какие проект предполагает уникальные методики, оригинальные решения, механизмы?

Чем он отличается от других проектов, что делает его неповторимым?



# ЧЕК-ЛИСТ САМОКОНТРОЛЯ ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ

Проверьте перед отправкой заявки, все ли вы учли?

- ☐ Представлены конкретные информативные планы продолжения проекта (или обоснована необходимость его завершения)
- ☐ Указаны дальнейшие источники финансирования
- ☐ Инновационность проекта сформулирована и представлена
- ☐ Проект предусматривает внедрение каких-либо социальных новаций (носящих эксклюзивный или редкий характер, возможно, новация для территории)



# ПРИ РАЗРАБОТКЕ ПРОЕКТА ПОДУМАЙТЕ О ТОМ, КАК СДЕЛАТЬ ВАШИ АКТИВНОСТИ И МЕРОПРИЯТИЯ БОЛЕЕ ЭКОЛОГИЧНЫМИ



Предотвращайте  
образование отходов



Используйте повторно



Сдавайте на переработку



Арендуйте

Одалживайте

Обменивайтесь



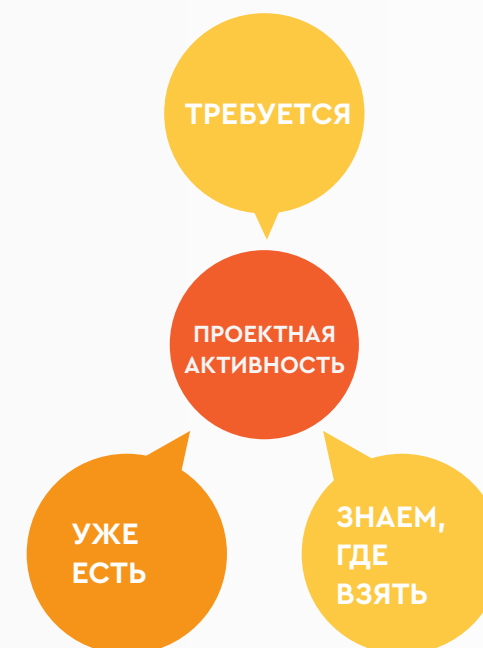
# БЮДЖЕТ ПРОЕКТА



**КАК ПОНЯТЬ, КАКИЕ РАСХОДЫ НЕОБХОДИМО ВКЛЮЧИТЬ В ЗАЯВКУ НА ГРАНТ?**

**КАК ПРАВИЛЬНО СОСТАВИТЬ БЮДЖЕТ И НИЧЕГО НЕ УПУСТИТЬ? ОЧЕНЬ ПРОСТО!**

1. Проанализируйте и опишите необходимые ресурсы для каждого проектного мероприятия.
2. Проанализируйте и опишите необходимые ресурсы для обеспечения эффективной работы команды проекта (административные расходы, канцелярские товары, оплата труда).
3. Посмотрите на то, что у вас уже есть. Обозначьте свой вклад в графе «Собственные средства».
4. Подумайте, чем вам могут помочь партнеры. Посчитайте и укажите партнерский вклад в графе «Вклад партнеров».
5. А теперь подумайте, чего вам не хватает? Эти расходы можно запрашивать в рамках гранта в графе «Запрашиваемые средства».



**ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ**, что все запрашиваемые в рамках гранта расходы должны быть по окончании финансовой деятельности по проекту обязательно подтверждены отчетными документами – договорами, счетами, актами, чеками и т.д. Если какой-то расход нельзя подтвердить документально, лучше не запрашивать средства на его оплату в рамках гранта, а найти возможность оплатить его, например в качестве партнерского вклада.



# БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

## ТРЕБОВАНИЯ К БЮДЖЕТУ ПРОЕКТА ДЛЯ ЗАЯВИТЕЛЕЙ – ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ:

- бюджет проекта формируется за счет грантовых средств (не более 75% от общей суммы бюджета проекта) и собственных средств конкурсанта (не менее 25% от общей суммы бюджета проекта)
- административные расходы (аренда помещений, оплата услуг связи, приобретение программного обеспечения и т.д.) не могут превышать 10% от общей суммы бюджета проекта
- расходы на оплату труда команды проекта и услуг привлеченных специалистов у заявителей – юридических лиц не могут превышать 35% от общей суммы бюджета проекта
- расходы на приобретение оборудования или расходных материалов не могут превышать 50% от общей суммы бюджета проекта
- информационные полиграфические материалы, сувенирная продукция не могут превышать 10% от общей суммы бюджета проекта



# БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

## ТРЕБОВАНИЯ К БЮДЖЕТУ ПРОЕКТА ДЛЯ ЗАЯВИТЕЛЕЙ – ИНИЦИАТИВНЫХ ГРАЖДАН (ГРУПП):

- грантовые средства не могут быть направлены на оплату труда инициативных граждан – инициаторов проекта (проекты реализуются на безвозмездной основе)
- расходы на оплату труда привлеченных специалистов не могут превышать 35% от общей суммы бюджета проекта



# БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

В графе **«СТАТЬЯ РАСХОДОВ»** вы перечисляете те виды ресурсов, которые вам необходимы для реализации проекта (расходные материалы, техника и оборудование, канцелярские товары, типографские расходы и т.д.).



## Обратите внимание!

В каждом разделе бюджета есть пункт «Комментарии». Это не менее важный раздел, чем остальные пункты заявки. От того, насколько вы понятно, конкретно и тщательно заполните комментарии, часто зависит судьба проекта. Рекомендуем вам подробно описать запрашиваемые ресурсы, обосновать их назначение, необходимость в проекте и стоимость.





# БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

В разделе  
**«ЗАПРАШИВАЕМЫЕ СРЕДСТВА»**  
необходимо указать ту сумму, которую вы запрашиваете в качестве гранта на реализацию проекта от Компании «Металлоинвест».

Согласно условиям нашего конкурса, участники – юридические лица должны внести собственный и/или партнерский вклад в размере не менее 25% от общей суммы бюджета проекта. От заявителей – физических лиц наличие вклада в проект не обязательно, но приветствуется.



Рекомендуется отдельно рассчитывать заработную плату штатных сотрудников, задействованных в проекте, и гонорары сторонних специалистов, привлекаемых по договору гражданско-правового характера.

Необходимо четко указывать должность в проекте (а не должность в организации, которая является заявителем) для штатных сотрудников, в случае привлечения сторонних специалистов – ключевые выполняемые ими функции.

Не забывайте обозначать запрашиваемую оплату труда в месяц и количество месяцев, которые сотрудник будет вовлечен в проект, рассчитывать и указывать налоги на фонд оплаты труда.



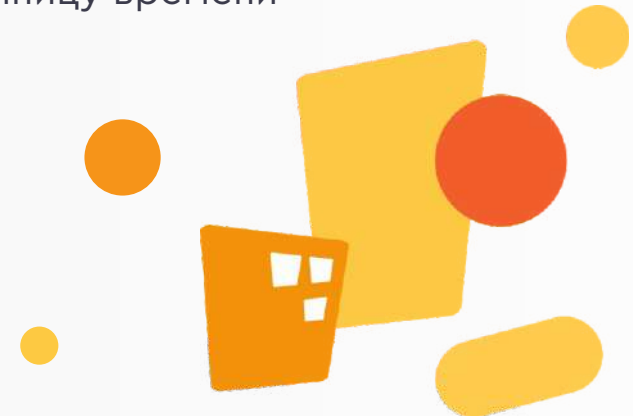
# БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

В направлении расходов **«ПРИОБРЕТЕНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ, В Т.Ч. ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ»** необходимо описать оборудование стоимостью за единицу свыше 3000 рублей. Укажите его наименование, количество и назначение (как именно оно будет использовано для нужд проекта – например, «3D-принтер Canon 2445 для занятий робототехникой X 2 шт. X 45 тыс. руб.»).

Все остальные закупки материальных средств описываются в строке **«ПРИОБРЕТЕНИЕ РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ»**.

В расшифровке статьи расходов по направлению **«АРЕНДА ПОМЕЩЕНИЙ»** необходимо указать:

- тип (назначение) и метраж арендуемого помещения (кв. м)
- количество единиц времени, на которые арендуется помещение (часы, дни, месяцы)
- стоимость аренды помещения за единицу времени



# БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

В расшифровке статьи расходов по направлению **«АРЕНДА ОБОРУДОВАНИЯ»** необходимо указать:

- наименование каждой отдельной единицы арендуемого оборудования
- количество арендуемого оборудования и количество единиц времени, на которое арендуется оборудование (часы, дни, месяцы)
- стоимость аренды каждого наименования оборудования за единицу времени

В расшифровке статьи расходов по направлению **«ТРАНСПОРТНЫЕ РАСХОДЫ»** необходимо указать:

- количество благополучателей и участников проекта, планируемых к трансферу в рамках реализации проекта
- количество и маршрут поездок, расчет стоимости билетов или комплексного транспортного обслуживания
- расчет количества участников и маршрута поездок в рамках аренды транспортных средств

В расшифровке статьи расходов по направлению **«КОМАНДИРОВОЧНЫЕ РАСХОДЫ»** необходимо указать:

- количество участников проекта, направляемых в командировки в рамках реализации проекта, и количество дней командировки
- количество и маршрут поездок, расчет стоимости расходов по проезду
- расчет стоимости проживания в ходе командировок
- расчет суточных



# БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

В расшифровке статей расходов по направлениям

**«ОПЛАТА ЗА РАЗРАБОТКУ И ИЗДАНИЕ ПЕЧАТНЫХ МАТЕРИАЛОВ»** и **«РАСХОДЫ НА СУВЕНИРНУЮ ПРОДУКЦИЮ, ПОДАРКИ»** необходимо указать:

- количество и основные технические характеристики (размер, цветность и т.п.) планируемой к изданию полиграфической продукции, стоимость тиража, разработки и создания дизайн-макетов, других издательско-полиграфических услуг
- количество, основные технические характеристики и стоимость планируемой к закупке сувенирной продукции и подарков

В расшифровке статьи расходов по направлению **«ОПЛАТА УСЛУГ ИНТЕРНЕТ-СВЯЗИ»** необходимо указать:

- количество единиц времени (сутки, месяцы), в течение которых будут оплачиваться услуги связи
- стоимость оплаты услуг связи за единицу времени

## Обратите внимание!

В статью **«ОПЛАТА ЗА РАЗРАБОТКУ И ИЗДАНИЕ ПЕЧАТНЫХ МАТЕРИАЛОВ»** можно закладывать средства на продвижение проекта, в том числе организацию профессиональной фото- и видеосъемки проекта (не более 5% от запрашиваемой суммы гранта).



# ЧЕК-ЛИСТ САМОКОНТРОЛЯ ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ



**Проверьте перед отправкой заявки, все ли вы учли?**

- ☐ Все расходы учтены
- ☐ Все запланированные расходы можно будет подтвердить отчетными документами
- ☐ Все указанные расходы реалистичны
- ☐ Все расходы соотносятся с проектной деятельностью
- ☐ Указан собственный и партнерский вклад
- ☐ Все расходы обоснованы
- ☐ Все посчитано правильно
- ☐ Запрашиваемая сумма не превышает максимальный размер гранта
- ☐ Ко всем статьям есть информативные комментарии



# КАК БУДУТ ОЦЕНИВАТЬСЯ ЗАЯВКИ?



## ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ:

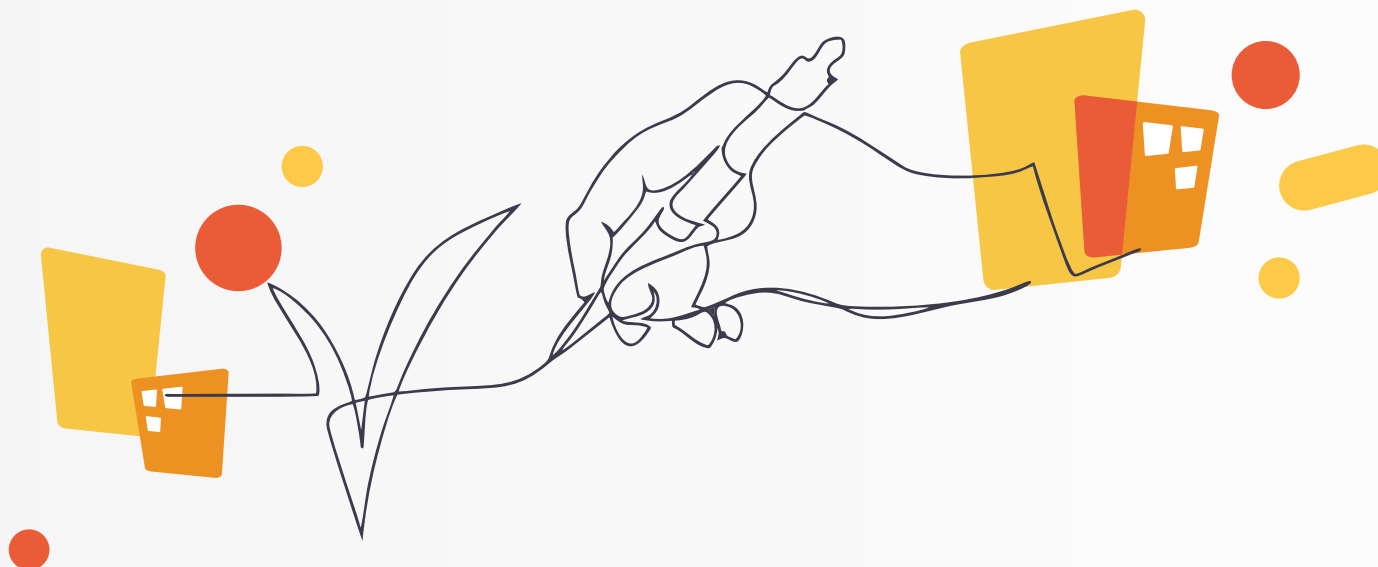
- актуальность решаемой социальной задачи для территории (от 0 до 6 баллов);
- уровень проработки содержательной части проекта (соответствие планируемых мероприятий, кадровых и квалификационных возможностей конкурсанта целям и задачам проекта; реалистичность сроков выполнения проекта) (от 0 до 8 баллов);
- конкретность, измеримость и подтверждаемость результатов, планируемых к достижению в ходе реализации проекта (от 0 до 6 баллов);
- продуманность рисков, наличие способов профилактики потенциальных рисков (от 0 до 2 баллов);
- инновационность предлагаемых социальных решений и уникальность проекта для территории реализации (от 0 до 2 баллов);
- наличие партнеров и их включенность в проект (от 0 до 2 баллов);
- рациональность и обоснованность бюджета проекта (соответствие объема и перечня расходов планируемым мероприятиям, корректность и экономическая обоснованность стоимости товаров и услуг, соотношение расходов и ожидаемых результатов проекта, наличие собственного и/или партнерского вклада) (от 0 до 8 баллов).



# КАК БУДУТ ОЦЕНИВАТЬСЯ ЗАЯВКИ?

## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КРИТЕРИИ:

- активное информирование о проекте его участников и местного сообщества (от 0 до 2 баллов)
- возможность пролонгации/тиражирования проекта, наличие проработанных и действенных механизмов дальнейшего развития проекта (от 0 до 2 баллов)



# ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ПРОЕКТА, КОТОРЫЕ ДОПУСКАЮТ ЗАЯВИТЕЛИ

1. Заявка не соответствует Положению о конкурсе, есть нарушения формальных требований
2. Проект «надуман». Он неактуален, такой проблемы не существует или она преувеличена
3. Нарушена проектная логика, мероприятия (методы) не соответствуют целям и задачам проекта
4. Результатов нельзя достичь выбранными методами
5. Результаты проекта невозможно измерить и оценить
6. Заявленная деятельность по сути не является проектом (например, просто описывает целевую деятельность организации-заявителя)
7. Результаты проекта неустойчивы (например, в рамках проекта обучают пенсионеров компьютерной грамотности, но непонятно, как потом пенсионеры будут использовать эти знания, если собственных компьютеров у них нет)





# КОНТАКТНЫЕ ЛИЦА

## Старый Оскол

КОБРАН  
ИРИНА НИКОЛАЕВНА

+7 (919) 222-49-04

grant-st.oskol@yandex.ru

## Губкин

БОГДАНОВА  
ОКСАНА ЛЕОНИДОВНА

+7 (951) 152-59-38

grant-gubkin@yandex.ru

## Железногорск

КРИВОЛАПОВА  
ОЛЬГА ВАСИЛЬЕВНА

+7 (950) 877-47-75

city.zhel@vmeste.metalloinvest.com

