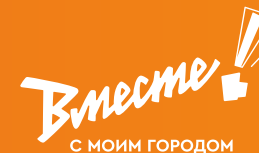


ВМЕСТЕ! С МОИМ ГОРОДОМ – 2025

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



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

«КультиУрный код малой родины»
«Читай-трамвай»
«НеПакет»

«ЭКОпарк»
«Мастерская добрых дел»
«Пасс на доверие»

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»,

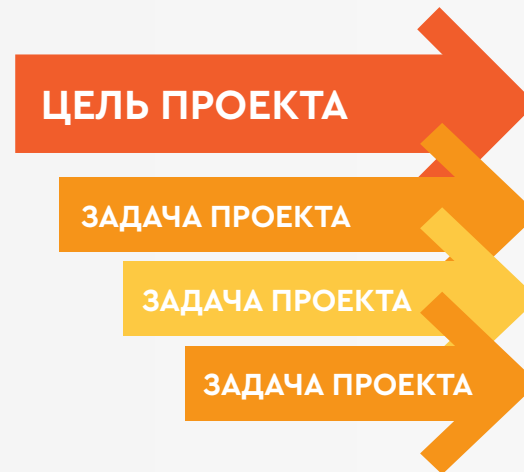
то есть мы площадку создаем не просто, чтобы она была, а для некоторых позитивных изменений, вот это изменение и нужно указывать в формулировке цели.

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

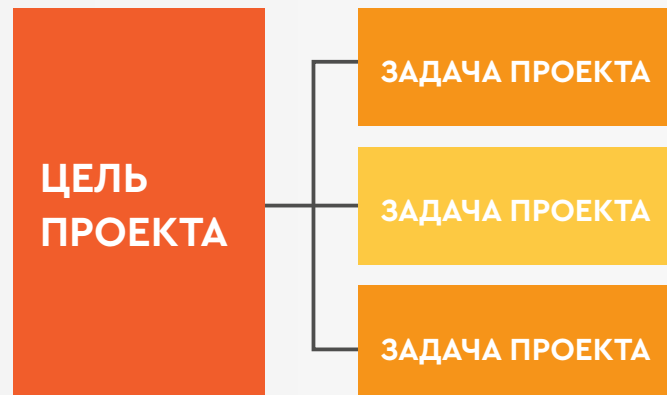
Задачи – это своеобразные «подцели» проекта, они всегда указывают на конкретный результат, который поддается количественной оценке и имеет показатели, необходимые для измерения эффекта проекта.

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

БЫВАЕТ ТАК:



А БЫВАЕТ И ТАК:



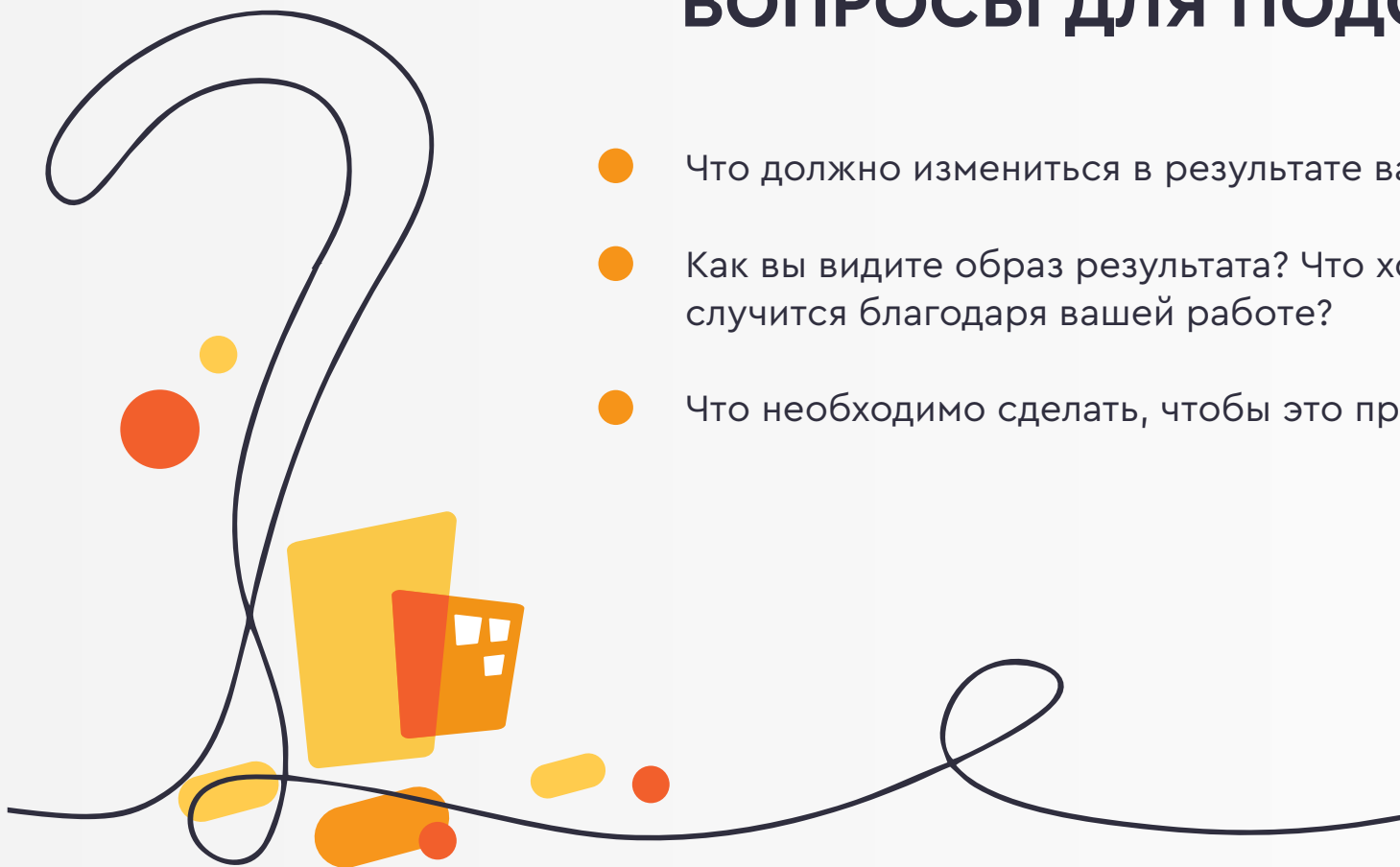
Цель в проекте всегда одна. Задач в проекте может быть от трех до пяти.

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 –

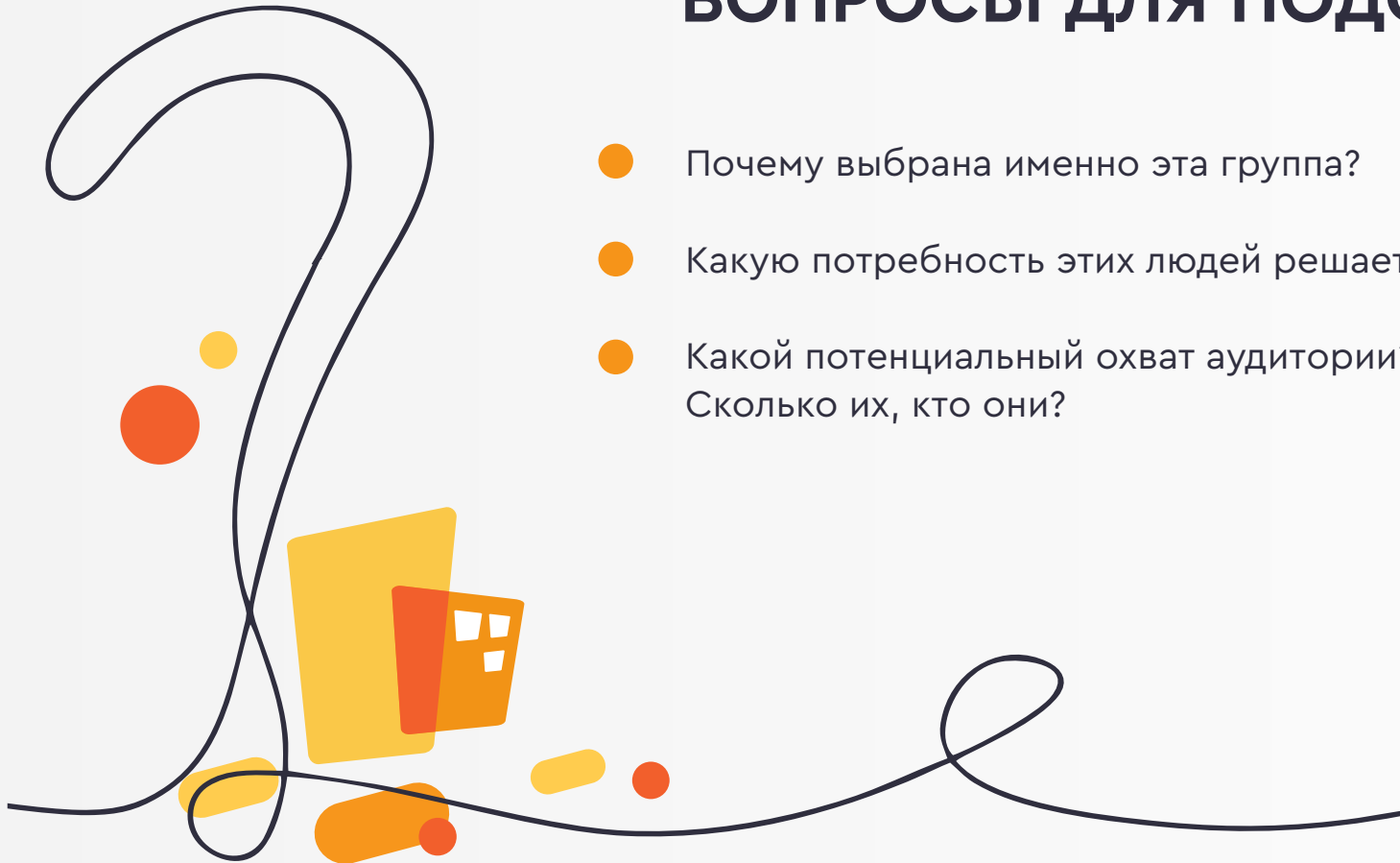
это группы людей, в интересах которых реализуется проект, которые получают пользу от его реализации, чью проблему проект призван решить, в жизни которых произойдут позитивные изменения в результате реализации проекта.

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?



В 2025 году приоритет будет отдан проектам, которые ориентированы **на создание и развитие сообществ.**

Сообщество — это группа людей, объединенных общими интересами и совместными действиями для достижения общей цели.

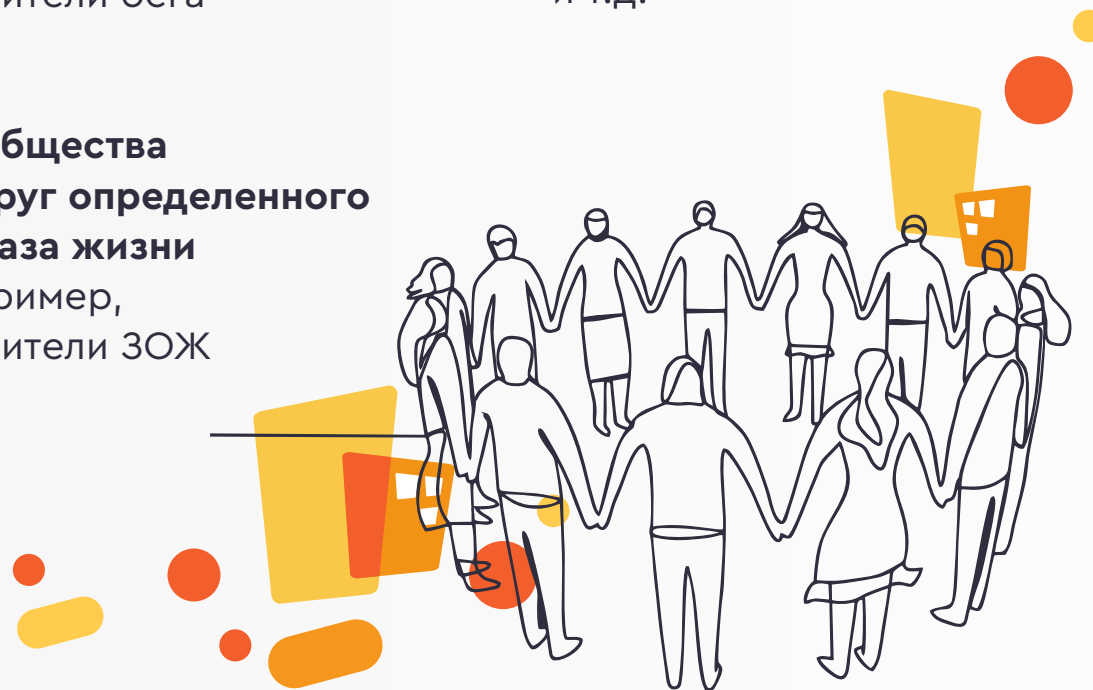
3 важные характеристики сообщества:

- **Общие цели, интересы и ценности.**
Люди не смогут долго общаться, если их ничего не будет связывать.
- **Формирование горизонтальных связей.**
Люди общаются друг с другом по собственной инициативе, а не только с подачи авторов проекта.
- **Идентификация себя как члена сообщества.**
Члены сообщества осознают свою принадлежность к нему.



КАКИЕ БЫВАЮТ СООБЩЕСТВА?

- **Профессиональные сообщества**
объединение людей одной профессии
- **Сообщества вокруг хобби и увлечений**
например, любители бега
- **Корпоративные сообщества**
(сообщества коллег) и т.д.
- **Локальные сообщества**
на территории
- **Сообщества вокруг определенного образа жизни**
например, любители ЗОЖ
- **Сообщества получателей услуг организации или социального проекта**



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 указывать 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 ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ:

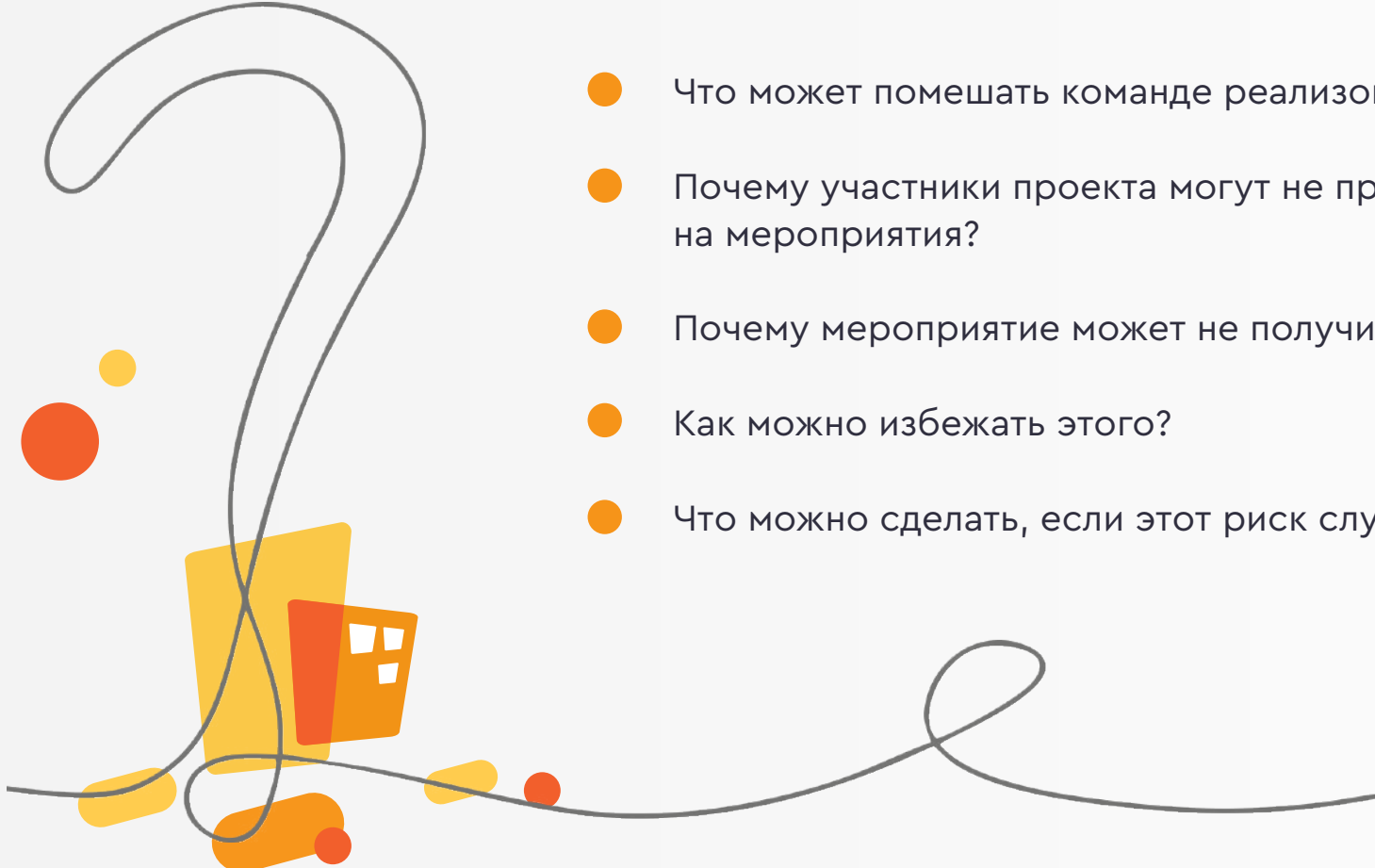
● **ВНУТРЕННИЕ РИСКИ** – это препятствия внутри команды проекта, которые могут возникнуть и помешать его успешной реализации (например, ключевой эксперт в этой сфере переехал жить в другой город).

● **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-то 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 итогам окончания 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 суммы гранта
- расходы на оплату труда команды проекта и услуг привлеченных специалистов у заявителей – юридических лиц не могут превышать 35% от суммы гранта
- расходы на приобретение оборудования или расходных материалов – не могут превышать 50% от суммы гранта
- информационные полиграфические материалы, закупка сувенирной продукции не могут превышать 10% от суммы гранта



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 суммы гранта.



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 заполняете 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.

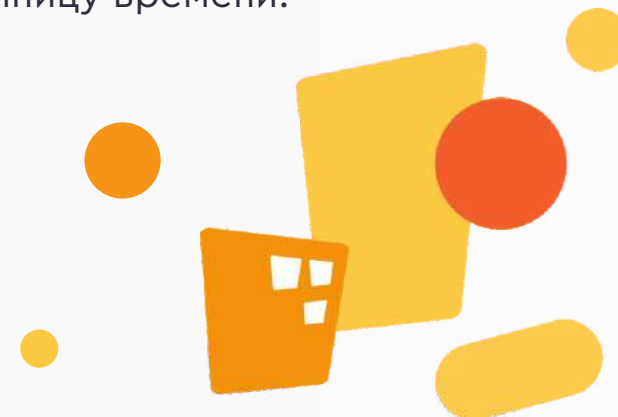
БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

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:

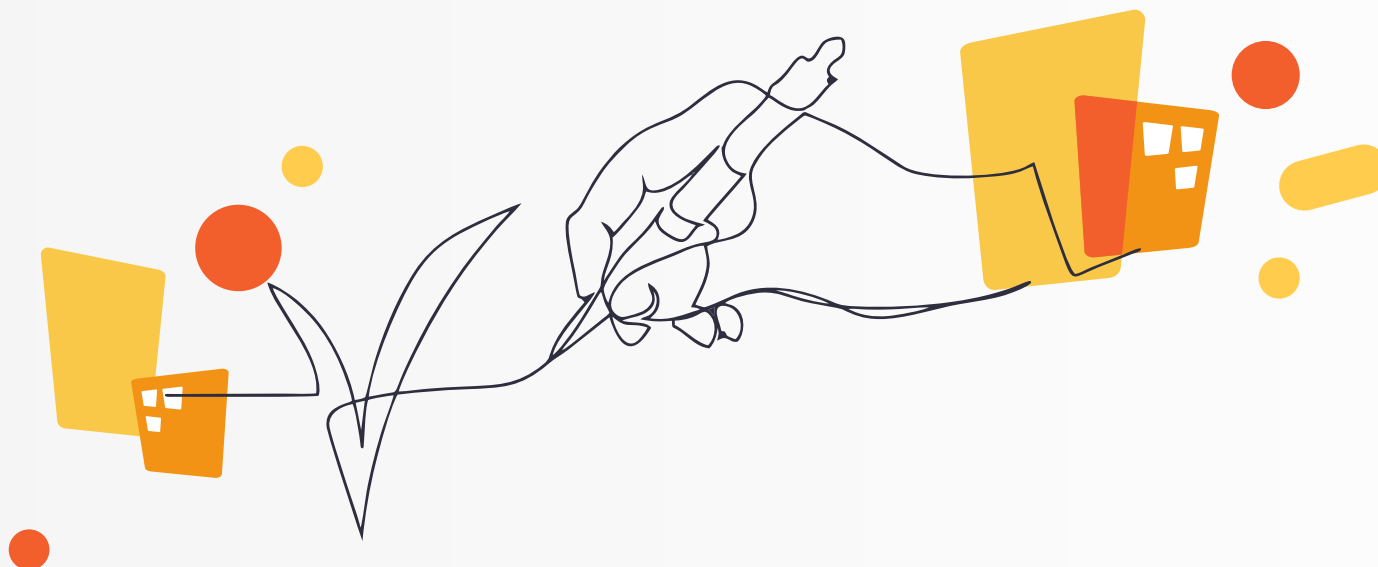
- актуальность решаемой социальной задачи для территории (от 0 до 6 баллов);
- уровень проработки содержательной части проекта (соответствие планируемых мероприятий, кадровых и квалификационных возможностей конкурсанта целям и задачам проекта; реалистичность сроков выполнения проекта) (от 0 до 8 баллов);
- 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:

- создание и развитие сообществ (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. Результаты 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

