

**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.

<b>Цель неправильная</b>	<b>Цель правильная</b>
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.

<b>Задачи неправильные</b>	<b>Задачи правильные</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– повышение роли участников проектов</li><li>– оказание всесторонней поддержки</li><li>– укрепление семейных отношений</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– подготовить учебно-методический материал</li><li>– сформировать рабочую группу по реализации проекта</li><li>– запустить промо-кампанию</li><li>– запустить формат мероприятий</li></ul>

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"><b>Пример письма о партнерстве от организации</b></p>	<p align="center"><b>Пример письма о партнерстве от физического лица</b></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 <span style="float: right;">Иванов И.И.</span></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="center"><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

<b>№</b>	<b>Решаемая задача</b>	<b>Мероприятие</b>	<b>Дата начала</b>	<b>Дата завершения</b>	<b>Примечание</b>
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](http://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](https://vk.com/vsekonkursyru), [vsekonkursy.ru](https://vsekonkursy.ru)).
- Сообщество «Площадь возможностей» ([vk.com/infopv](https://vk.com/infopv))
- Центр инноваций социальной сферы (Ресурсный центр поддержки СО НКО) ([vk.com/cissrt](https://vk.com/cissrt)).
- Капитан Грантов (Телеграм-канал [t-do.ru/cptgrantov](https://t.me/t-do.ru/cptgrantov), [vk.com /cptgrantov](https://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><b>Центр инноваций социальной сферы</b> Некоммерческой микрокредитной компании «Фонд поддержки предпринимательства Республики Татарстан»</p>	<p><a href="http://ciss-rt.ru">http://ciss-rt.ru</a>  <a href="https://vk.com/cissrt">https://vk.com/cissrt</a>  <a href="mailto:ciss.rt@mail.ru">ciss.rt@mail.ru</a>  +7 (843) 222-90-60  (доб.211, 212)  г.Казань,  ул.Петербургская, 28</p>
г.Набережные Челны	<p>АНО «Ресурсный центр институтов гражданского общества «Перспектива»</p>	<p><a href="https://vk.com/perspektiva16">https://vk.com/perspektiva16</a>  <a href="mailto:info@rcc16.ru">info@rcc16.ru</a>  + 7 (960) 087-75-36  г.Набережные Челны,  Цветочный бульвар, 1а</p>
г.Альметьевск	<p>АНО «Ресурсный центр социально ориентированных некоммерческих организаций «Вертикаль»</p>	<p><a href="https://rcv16.ru">https://rcv16.ru</a>  <a href="mailto:rcv16@mail.ru">rcv16@mail.ru</a>  <a href="mailto:2217070@mail.ru">2217070@mail.ru</a>  +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