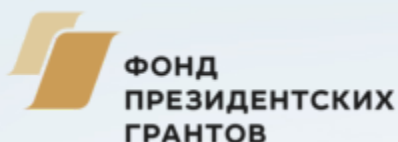


ЕДИНЫЙ РЕСУРСНЫЙ ЦЕНТР
поддержки СО НКО и развития
гражданских инициатив
Республики Саха (Якутия)

КОНСТРУКТОР

СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ
с практическими заданиями

Методические рекомендации для
активных граждан, специалистов
социально ориентированных
некоммерческих организаций и
муниципальных ресурсных центров



СОДЕРЖАНИЕ

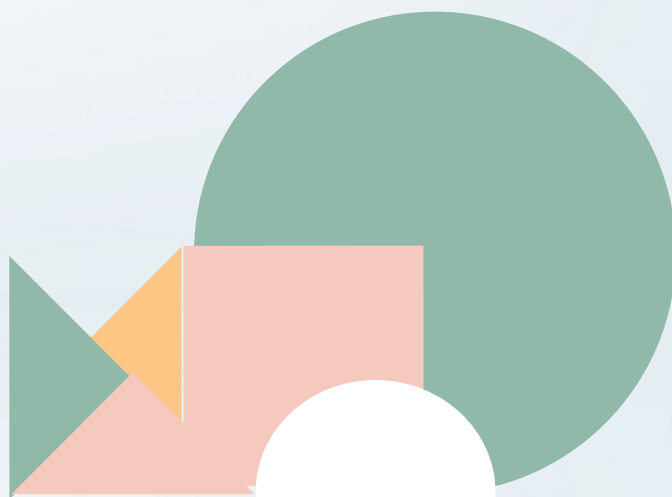
1. Что такое социальный проект?	4
2. Этапы социального проектирования.....	5
3. Что такое социальная проблема?.....	6
4. Целевая аудитория социального проекта.....	7
5. Исследование актуальности социальной проблемы.....	9
6. Цель, задачи, мероприятия, календарный план проекта.....	12
7. Команда проекта - человеческие ресурсы.....	15
8. Бюджет проекта. Рекомендации по составлению бюджета.....	16
9. Партнеры проекта.....	20
10. Десять типичных ошибок при подготовке проекта.....	22
11. Список грантооператоров.....	24

Составитель: Дьячковская Т.Е.
Оформление: Дьячковская Т.Е.

Методические рекомендации для активных граждан,
специалистов социально ориентированных
некоммерческих организаций и муниципальных
ресурсных центров .

"Конструктор социальных проектов с практическими
заданиями"

Якутск: ООО «Ректайм», 2020. - _ с.



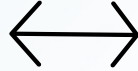
1. ЧТО ТАКОЕ СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ?

У любого проекта есть два ключевых признака: ограниченность во времени и наличие измеримого результата. Любую деятельность, которая соответствует этим признакам, можно считать проектом. **Социальным же считается такой проект, который направлен на решение социальной проблемы определенной целевой группы.**

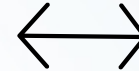
Главные характеристики социального проекта:



Ограниченность во времени



Измеримый результат



Решение социальной проблемы

Социальный проект – комплекс действий и мероприятий направленных на достижение цели и получение заранее запланированных результатов для изменения существующей социальной проблемы. Ограничен ресурсами, временем, территорией и командой проекта

Что нужно предпринять для того, чтобы воплотить социальный проект в жизнь?

Сначала его нужно тщательно продумать и проработать. Огромное количество прекрасных идей не было реализовано из-за неправильного планирования и непонимания механизма работы с проектом. Что значит проработать проект? Это значит **обеспечить логическую связность его элементов:** проблемы целевой группы, на решение которой он направлен, цели, задач и мероприятий; сформулировать, каких именно результатов вы хотите достичь; выбрать масштаб проекта; определить, какие ресурсы вам понадобятся. Затем нужно спланировать реализацию проекта во времени: понять, что и когда целесообразно делать. Все это — четкий и довольно простой механизм работы с проектом, который называется социальным проектированием. Ему и посвящен наш курс.

Социальное проектирование — механизм разработки и планирования социального проекта. Многие реально работающие организации не владеют проектным мышлением и не могут грамотно разработать проект.

Отметим, **типичные ошибки в проектировании:**

- Неглубокое изучение причин проблемы целевых групп, неумение сформулировать и обосновать проблему
- Неправильный выбор целевой аудитории проекта
- Из-за пропуска этапа исследования и обоснования проблемы целевой группы, не могут правильно поставить цель и задачи проекта, подобрать наиболее эффективные мероприятия
- Непонимание, как измерить результаты проекта, особенно качественные
- Несоответствие масштаба обозначенной проблемы и ее выбранного решения

2. ЭТАПЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Очень важно **не путать социальное проектирование и подготовку заявки на грантовый конкурс.**

Социальное проектирование - это неотъемлемая часть работы с проектом, направленная на разработку способа решения социальной проблемы. Заявка на грант — это описание деятельности, которую вы спроектировали, в той форме, которая нужна донору.

Социальное проектирование имеет несколько этапов. Каждый из этих этапов мы разберем подробно, но сейчас мы просто их обозначим, чтобы дать вам общее представление.

Социальное проектирование имеет несколько этапов:

- 1 Выбор целевой группы будущего проекта.
- 2 Выявление социальной проблемы, определение ее актуальности для выбранной целевой группы.
- 3 Выявив проблему и определив ее актуальность, вы сможете сформулировать цель вашего проекта, а также его ожидаемые результаты.
- 4 Цель проекта необходимо разложить на более мелкие составляющие — задачи. Каждая задача — это шаг на пути к достижению цели, устранение причины, из-за которой появилась проблема.
- 5 Для решения каждой задачи нужно будет провести одно или несколько мероприятий — это конкретные шаги, действия, которые вы будете предпринимать, то, что будет воплощением вашего проекта в жизнь.
- 6 Мероприятия должны быть подкреплены ресурсами: финансовыми и человеческими.
- 7 Реализовав все мероприятия, вы получите результат вашего проекта: улучшение качества жизни выбранной целевой группы.

Однако все начинается с ИДЕИ, для того, чтобы правильно начать работать с идеей и составить проект, ее нужно материализовать в любой доступной для вас форме и ответить себе на вопросы.

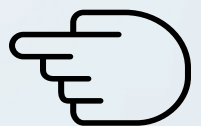
Вопросы по теме:

Нужно ли это кому то, кроме нас и что произойдет когда идея станет реальностью?

Что это изменит и как?

Каких людей затрагивают эти изменения?

Как реализация нашей идеи улучшает качество жизни?



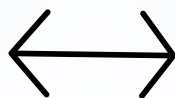
3. ЧТО ТАКОЕ СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА?

Социальная проблема — несоответствие между желаемым и действительным состоянием социальной жизни, когда это несоответствие затрагивает не отдельных членов общества, а их достаточно значительные группы, которые заинтересованы в изменении нынешнего состояния.

Главные характеристики социальной проблемы:



Проблема касается значительного количества людей из разных социальных групп (жители одного района, пенсионеры, дети, родители и т.д.)



Актуальность социальной проблемы подтверждена результатами исследований (статистические и другие данные)

Любой социальный проект должен быть направлен на решение актуальной социальной проблемы целевой аудитории.

Однако, как показывает опыт, желания, энтузиазма и даже наличия ресурсов иногда недостаточно для того, чтобы решить или смягчить социальную проблему.

В первую очередь ее нужно очень хорошо изучить и точно сформулировать. На языке социального проектирования это называется **обоснованием актуальности и социальной значимости проекта.**

Наверняка многие из вас считают, что обосновывать социальную значимость проекта нужно только в том случае, если вы рассчитываете на внешнее финансирование. Это не так.

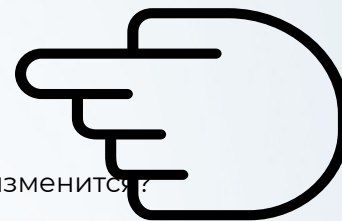
Во-первых, вы сами для себя должны понимать, действительно ли выявленная вами проблема важна для вашей целевой группы, насколько велика потребность в ее решении, стоит ли тратить на нее время и ресурсы.

Во-вторых, если уж она действительно важна, необходимо обеспечить логическую связность проекта. На решение проблемы будет направлена цель вашего проекта, для достижения цели нужно будет решить задачи и провести мероприятия. Если исходное звено этой цепочки – проблема – будет обозначено неверно, то вы допустите ошибки в постановке цели и задач, нарушите логику, проект не получится, а время на его разработку будет потрачено зря.

В-третьих, вам нужно найти самый оптимальный вариант решения проблемы, а для этого нужно очень хорошо изучить ее особенности, так что и здесь не обойтись без тщательного анализа.

Изучая проблему, вы, по сути, будете изучать свою целевую группу. И вот здесь в первую очередь нужно определиться с территорией проекта. Например, существует проблема социального сиротства. Она остро стоит почти в каждом регионе России. Понятно, что ее нельзя решить сразу в масштабе всей страны, поэтому, если вы взялись за нее, определитесь, с какой территорией вы будете работать: с одним районом города, с одним городом, с одной областью. А уже на выбранной территории и нужно будет изучать целевую группу и ее проблемы.

Вопросы по теме:



Какую проблему решает наш социальный проект?

Как эта проблема затрагивает общество и почему она актуальна?

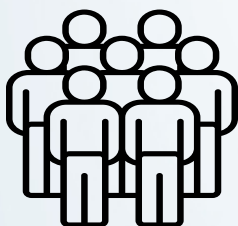
Почему изменения необходимы? Что произойдет, если ситуация не изменится?

Почему это волнует нас и должно ли волновать кого то еще?

4. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Любой социальный проект начинается с людей, которые сталкиваются с определенной проблемой.

Эти люди - целевая группа (или целевая аудитория) вашего проекта. Именно они должны ощутить улучшение качества жизни после его реализации. Но кроме целевой аудитории есть понятие благополучатели проекта. Целевая группа помогает вам решать проблему в интересах благополучателей. Иногда целевая группа и благополучатели совпадают.



Целевая аудитория соцпроекта – это группа людей, которые в результате проекта ощутят положительные изменения.



Благополучатели проекта - люди и организации, в интересах которых осуществляется деятельность в рамках вашего проекта.

Пример

В социальном проекте по обеспечению безопасности детей на дорогах целевыми группами проекта будут учителя, родители и дети. При этом благополучателями проекта являются дети, потому что обеспечивается именно их безопасность на дорогах.

Сегментация целевых групп – это процесс описания выбранной целевой группы в соответствии с определенными параметрами. Обязательно также узнайте количество представителей вашей социальной группы с помощью официальных источников (данные Росстата).

5. ИССЛЕДОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЫ

С чего начинается изучение социальной проблемы?

В первую очередь, важно, подтвердить у целевой группы существование проблемы, понять насколько проблема острая и что измениться после ее решения. Поговорить лично с целевой аудиторией, рассказать свое видение решения проблемы и услышать отзывы.

Во вторых, нужно сформулировать проблему. Для этого вы должны понять, что не устраивает вас в проблемной ситуации. Например: у людей третьего возраста моего поселка отсутствует организованный досуг

В третьих, узнать масштаб проблемы: скольких людей касается проблема, например: сколько людей третьего возраста проживает в моем поселке?

В четвертых, поднимите официальную статистику, узнайте кто еще занимается решением этой проблемы, чтобы не дублировать других, а придумать свой способ решения этой проблемы. Также, обязательно изучите какие факты изложены в разных источниках: в СМИ, в выступлениях должностных лиц и т.д. Обращайте внимание только на четкую информацию: цифры, статистика, конкретные данные по проблеме

В пятых, после сбора информации и анализа сформировать результаты исследования в количественных показателях, например: в поселке проживает 170 людей третьего возраста, проблемой организации их досуга занимается 0 организаций, положительно отозвались об идее организации досуга 120 человек из 170 целевой аудитории, ежегодно государство выделяет И-ое кол-во средств на решение этой проблемы, партнерами моего проекта выступают 6 организаций

Результаты исследования это и есть обоснование актуальности выбранной Вами проблемы

Методы исследования актуальности социальной проблемы

1 метод. Наблюдение.



Самый простой метод сбора информации - **НАБЛЮДЕНИЕ**. Наблюдайте за выбранной Вами проблемой в течении определенного периода времени и обязательно фиксируйте состояния на начало и в конце периода. После сбора информации - проанализируйте изменения за весь период и сделайте выводы.

Пример

Проблема безнадзорных животных в городе. В результате наблюдения вы установили, что бродячих собак в городе действительно много и необходимы дополнительные меры по урегулированию этой проблемы

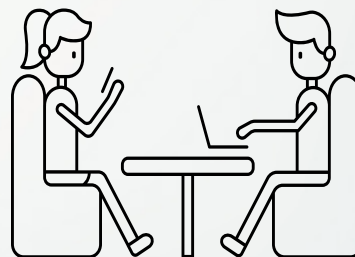


2 метод. Опросный метод

Опросный метод используется, когда вы уже имеете представление о проблеме, с которой будете работать, но хотите разобраться в ней более глубоко. Опрос может быть устным или письменным.



Письменный опрос может быть проведен в виде анкетирования среди вашей целевой аудитории. Главное правильно поставить вопросы, чтобы получить максимально информативные ответы



Максимально подробную информацию по существующей проблеме можно получить на устном интервью с целевой аудиторией.



Главное в опросном методе: Не давать готовых ответов на свои же вопросы, чтобы респондент задумался над вопросом и поделился с Вами личной точкой зрения на проблему и ее решение

6. ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ, МЕРОПРИЯТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Вы сформулировали и обосновали проблему, теперь вам нужно понять как ее решить.

Решение проблемы и станет **целью** вашего проекта.



Цель проекта – конечный результат к которому мы стремимся в ходе реализации проекта, отражающее позитивное изменение качества жизни целевой аудитории.

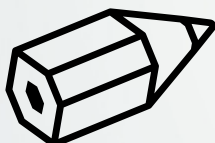
Критерии цели проекта. Цель проекта считается наилучшим образом сформулированной, если будет соответствовать следующим критериям:

1. Достижимость цели



Нельзя ставить перед собой слишком высокие цели (например искоренить нищету в стране, решить проблему сиротства). Важно понимать для себя, что ваша цель должна быть достигнута в определенные сроки и за определенное количество ресурсов. Цель может быть маленькой, но реальной к исполнению. Ее возможно достичь с помощью имеющихся у вас или привлекаемых финансовых и человеческих ресурсов

2. Конкретность цели



Цель проекта должна иметь логическую связку с выявленной проблемой.

Цель = решение или смягчение проблемы. Цель должна быть сформулирована так четко, чтобы не осталось поводов для разночтений. Никаких общих формулировок и фраз в целях, необходимо стремиться к точности.

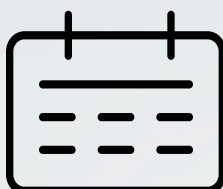
3. Измеримость цели



Чтобы понять, что ваша цель достигнута необходимо поставить ожидаемые показатели: качественные и количественные. Например: Оказать юридическую консультацию 20 детям-сиротам или детям оставшимся без попечения родителей. Провести культурный фестиваль для 1000 зрителей.

Количественные результаты – это количество представителей целевой группы, которые ощутят позитивные изменения после осуществления вашего проекта.

Качественные результаты – это конкретные изменения, которых вы добьетесь.



4. Ограниченность во времени

Любая реализация проекта это процесс, требующий времени, но такая реализация должна быть ограничена во времени.

Задачи проекта – это разбивка основной цели на маленькие части - промежуточные цели, с помощью которых решаются проблемы на пути к достижению основной цели проекта. Таким образом, с решением каждой задачи проекта, сокращается разрыв между существующей проблемой и целью проекта

Пример

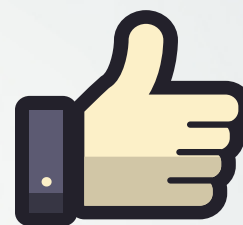


Проблема:
большое количество бродячих собак в городе

Причины возникновения проблемы:

Отсутствие регуляции популяции собак любыми методами

Отсутствие пропаганды для населения об ответственном отношении к домашним животным



Цель: содействовать в сокращении количества бродячих собак в городе



Решение каждой из причин возникновения проблемы будут являться задачами проекта, например:

1. Проведение регулятивных мероприятий гуманными методами по сокращению
2. Провести пропаганду ответственного отношения к животным среди взрослого населения города с помощью создания социального ролика с размещением в СМИ, социальных сетях.

Мероприятия проекта – поставленные задачи проекта решаются с помощью проведения мероприятий проекта. Мероприятия – это действия, которые вы предпринимаете для того, чтобы решить задачу

Пример

1. Привлечь 20 волонтеров из числа студентов ССУЗов или ВУЗов. Подготовить волонтеров для работы с животными и для отлова бродячих собак.
3. Проводить отлов и стерилизацию собак 4 раза в месяц.
4. Разработать и выпустить 1 социальный ролик об ответственном отношении к домашним животным как профилактика увеличения количества бродячих животных
5. Провести пропаганду ответственного отношения к животным (6 публикаций в СМИ, показ 1 ролика 2 раза в неделю, 30 публикаций в социальных сетях).

Что необходимо помнить при планировании мероприятий проекта:

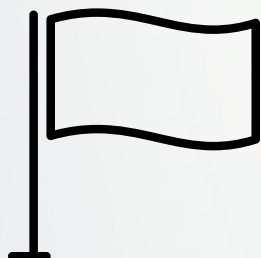


1. Все мероприятия проекта должны быть логически связаны с каждой задачей проекта;
2. Мероприятия должны быть реалистичны и обеспечены финансовыми и человеческими ресурсами*.
3. Каждое мероприятие должно быть выполнено в определенные сроки для этого нужно составить календарный план.

Календарный план

Каждое мероприятие календарного плана проекта должно соответствовать следующим требованиям:

- содержательность;
- сроки исполнения;
- место проведения;
- ожидаемые результаты.



Любое мероприятие социального проекта это решенная задача проекта и соответственно имеет конкретный, измеримый и достижимый результат.

Из результатов мероприятий – количественных и качественных – складывается результат всего проекта, поэтому очень важно на этапе планирования правильно сформулировать **ожидаемые результаты мероприятий**.

Практическое задание:

1. Сформулируйте свою цель проекта
2. Сформулируйте задачи проекта
3. Перечислите основные мероприятия проекта

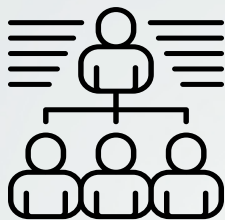
Количественные результаты:

- 1.
- 2.

Качественные результаты:

- 1.
- 2.

7. КОМАНДА ПРОЕКТА - ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ

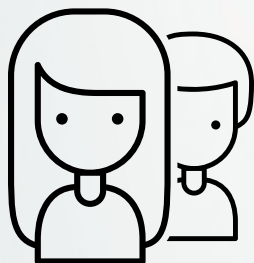


Команда проекта - человеческие ресурсы, в т.ч. вы сами как руководитель проекта. Важно, чтобы члены команды соответствовали требованиям целям проекта и были эффективны при решении задач. Члены команды могут работать на платной и бесплатной основе.

Как оформить членов команды?

Вам нужно понимать, что оформление работников в штат организации имеет свои правовые и финансовые последствия. После оценки всех рисков, вы можете оформить членов команды:

1. По срочному трудовому договору, если член команды проекта работает в течении всего периода реализации проекта с указанием срока в соответствии со сроками реализации проекта.
2. По договору гражданско-правового характера, если выполняются конкретные или одноразовые услуги.



В вашей команде могут принимать участие также волонтеры - добровольцы, которые работают в команде бесплатно.

Членов команды, которые безвозмездно вкладывают в ваш проект свои силы, знания и время, нужно поощрять. Поэтому еще перед началом проекта обязательно подумайте о том, как вы будете благодарить таких волонтеров. Это могут быть памятные значки, грамоты за активное участие, но все это требует затрат из бюджета проекта, что также необходимо учесть.



Квалификация членов команды должна соответствовать задачам и мероприятиям проекта.

Ответьте на вопросы и проверьте вашу команду:

- Насколько знания и навыки сотрудников соответствуют задачам и мероприятиям проекта?
- Насколько они разделяют цели проекта?
- Сходятся ли ваши ценностные ориентиры?
- Каков потенциал ваших будущих сотрудников?



8. БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

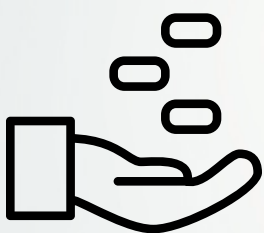
Каждое мероприятие проекта обеспечивается финансовыми ресурсами. Для того чтобы увидеть, какие расходы вам придется нести для реализации проекта, нужно составить бюджет проекта. В этом документе вы должны перечислить ресурсы и рассчитать их стоимость.



Бюджет проекта – отображение расходов на мероприятия календарного плана с учетом необходимых ресурсов и срока реализации проекта.

Самое важное, о чем вы должны помнить, планируя бюджет, – это то, что все расходы должны быть обоснованы и реалистичны.

3 основных требований к бюджету проекта



1. Обоснованность – это значит, что все расходы должны соответствовать календарному плану мероприятий проекта. Если вас есть статья расходов, которая очень важна, но которая не относится ни к одному мероприятию (например, вы включили в бюджет командировочные расходы по поездкам, которых нет в календарном плане), это значит, что вы, скорее всего, ошиблись в планировании, и вам нужно еще раз проверить свой календарный план.

2. Реалистичность бюджета. Планируя расходы в бюджете, нужно ориентироваться на реальную рыночную стоимость товаров и услуг. Это значит, что вы должны проверить реалистичность буквально каждой статьи и указать обоснованные рыночные цены. Если вы пишете заявку на грант, то в комментарии к статье нужно указать, из чего сложилась сумма и привести ссылки на стоимость подобных товаров и услуг в вашем регионе.



3. Эффективность. Довольно часто бюджет проекта бывает завышен или занижен. Заниженный бюджет – это, как правило, показатель неэффективного внутреннего планирования. Занижение статей расходов говорит о том, что вы не представляете реальных масштабов своего проекта и во время реализации столкнетесь с массой непредвиденных трудностей. Завышенный бюджет говорит либо о том, что вы хотите перестраховаться и учесть возможные риски, либо о том, что вы изначально собираетесь тратить бюджетные средства неэффективно. Оба этих варианта неуместны при участии в грантовых конкурсах, тендерах и в любых ситуациях, связанных с получением финансирования извне.



Рекомендации по составлению бюджета

Разные фонды предъявляют разные требования к составлению бюджета. Поэтому перед подготовкой бюджета следует ознакомиться с рекомендациями самих грантодателей.

Составляйте бюджет после того, как напишете проект. Бюджет должен логически соотноситься со всеми мероприятиями, указанными в календарном плане (плане-графике).

1. Расходы на оплату труда сотрудников.

Желательно, чтобы общая сумма зарплат сотрудников не превышала 25% от общей суммы бюджета проекта. Исключением могут быть проекты, в которых преобладает интеллектуальная, научная, педагогическая, творческая, деятельность и отсутствуют материальные затраты.

В бюджете необходимо учесть:

– **сумму на удержание НДФЛ в размере 13%** (вычитается из суммы заработной платы сотрудника);

– **начисления страховых взносов на оплату труда** (начисляются на сумму заработной платы с учётом 13% НДФЛ):
общения) – не выше цены билета эконом-класса.

22% – **отчисления в Пенсионный фонд России** (оплачиваются сотрудникам, работающим по трудовым договорам и договорам гражданско-правового характера);

5,1% – **страховые взносы в Федеральный Фонд обязательного медицинского страхования** (оплачиваются сотрудникам, работающим по трудовым договорам и договорам гражданско-правового характера).

2,9% – **это страховые взносы в Фонд социального страхования Российской Федерации на оплату больничных** (временной нетрудоспособности) (оплачиваются сотрудникам, работающим по трудовым договорам). Данные страховые взносы не оплачиваются по договорам гражданско-правового характера, соответственно, сотрудникам НКО, работающим по таким договорам, не положен больничный и оплата декретного отпуска.

0,2% – **это страховые взносы в Фонд социального страхования Российской Федерации от несчастных случаев** (оплачиваются сотрудникам, работающим по трудовым договорам, и не оплачиваются по договорам гражданско-правового характера).

Таким образом, при подготовке сметы проекта, важно учитывать не только заработную плату, но и 13% НДФЛ и 30,2% или 27,1% страховых взносов в зависимости от вида договора, заключенного с сотрудником НКО.



Пример расчёта оплаты труда исполнителей по проекту:

Предположим, оплата труда эксперта по договору возмездного оказания услуг составит 30000 рублей (150 часов по 200 рублей).

Из них 13% (3900 рублей) – оплата НДФЛ («на руки» эксперт получит 26 100 рублей).

Отчисления в Пенсионный фонд перечисляются в размере 22% от заработной платы с учётом НДФЛ – 6600 рублей.

Отчисления в ФФОМС будет равен 1530 рублей (5,1% от заработной платы с учётом НДФЛ).

Если бы эксперт являлся штатным сотрудником, то в ФСС нужно перечислить ещё 2,9% и 0,2% отчислений, т.е. 930 рублей.

2. Расходы на аренду помещений и оборудования.

Так же, как и расходы на заработную плату, не должны превышать 25% от общей стоимости проекта.

Как можно подтвердить стоимость арендуемого помещения или оборудования? Необходимо собрать коммерческие предложения (письма на бланке организации-поставщика услуг с подписью и печатью) или скриншоты с сайтов организаций-поставщиков услуг.

3. Расходы на приобретение оборудования.

НКО могут приобрести и использовать оборудование для нужд проектных мероприятий. При этом организация обязуется поставить приобретаемое оборудование на бухгалтерский учет (баланс) и использовать его исключительно для достижения целей и задач проекта, в том числе и по окончании проекта. Нередко грантодатели прямо указывают на запрет на приобретение оборудования для проведения разовых мероприятий проекта.

4. Транспортные расходы.

При планировании транспортных расходов НКО важно учитывать, что цена железнодорожного билета на 1 человека не должна превышать цены проезда в купейном вагоне, цена авиаперелёта (при отсутствии ж/д сообщения) – не выше цены билета эконом-класса.

5. Расходы на проживание.

В случае если НКО планирует проводить форумы, съезды, конференции в рамках проекта, для приглашения экспертов из других регионов в бюджете может быть заложена сумма, не превышающая стоимость двухместного или одноместного стандартного номера (не «люкс», не «полуплюкс») на 1 человека.

6. Расходы на питание.

Зависят от количества участников проекта и длительности мероприятий. Так, в рамках мероприятий проекта, проходящих в течение не менее 4-х часов лучше всего организовать кофе-паузу (рекомендуемая стоимость до 50 рублей на человека в сутки), более 5-ти часов можно запланировать обед (рекомендуемая стоимость до 300 рублей на человека в сутки).

7. Расходы на услуги связи.

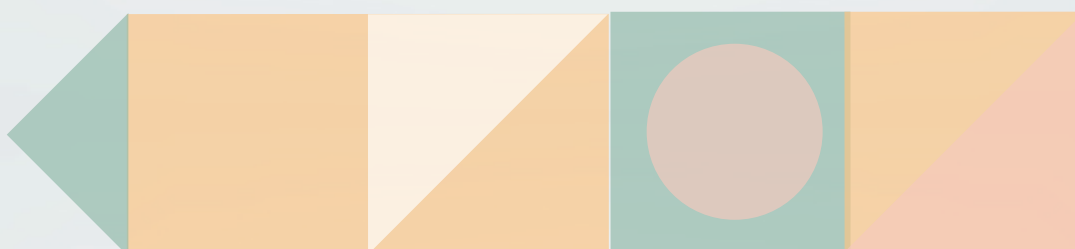
НКО может предусмотреть в бюджете оплату услуг междугородней и международной связи, которые впоследствии должны быть подтверждены распечатками операторов связи с расшифровкой наименований абонентов в сроки проведения мероприятий проекта.

Также НКО может запланировать почтовые расходы для проведения мероприятий проекта и подтвердить их квитанциями, чеками, реестрами отправок.

Данные услуги также можно запланировать в качестве софинансирования НКО.

8. Расходы на оплату услуг банка.

НКО может запланировать расходы на оплату комиссии банка за совершение операций по счету, банковское обслуживание за ведение счета в период совершения финансовых операций по оплате расходов мероприятий проекта. Рекомендуется по возможности проводить оплату услуг банка за счет софинансирования НКО.



9. ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА



Партнером является участник проекта, который предоставляет определенный ресурс на льготных условиях и берет на себя ответственность за реализацию части проекта, связанную с использованием этого ресурса.

Партнеры - организации



Некоммерческие организации – юридически зарегистрированные в виде различных организационно-правовых форм организации, которые решают актуальные социальные проблемы на территории, оказывая разнообразную помощь конкретным целевым группам.

Бизнес-компании – юридические лица (абсолютно любые, начиная от индивидуальных предпринимателей и кончая крупными международными холдингами), производящие товары и услуги, основной целью которых является извлечение прибыли и дальнейшее ее распределение между учредителями.

Органы государственной власти и госучреждения – организации и учреждения государственной власти федерального, регионального и местного уровня; как на уровне отдельных комитетов/департаментов (молодежной, социальной, культурной и т.п. политики), так и на уровне Правительства города/области. В эту же группу входят **госучреждения** (дома культуры, библиотеки, центры социального обслуживания населения, школы и т.п.).

СМИ – печатные газеты и журналы, радио, телевидение и интернет-медиа; местные, региональные и федеральные.

Комбинацию институциональных партнеров для вашего социального проекта по их качеству и количеству каждый волонтер выбирает сам в зависимости от особенностей вашей территории и целей, которые вы перед собой ставите.

Партнеры - граждане



Эковолонтеры – люди, объединенные идеей «чистого города», которые или сами иницируют различные экологические акции, или активно подключаются к городским событиям и внутри них делают эко-площадки.

Автоволонтеры – люди, которые готовы стать «бесплатным такси» для нужд благотворительных организаций и мероприятий.

Серебряные волонтеры – люди 55+, которые уже вышли на пенсию, но продолжают вести активный образ жизни и готовы отдавать свое время и компетенции на общественно-полезные цели.

Блогеры – люди, чьи интернет-дневники читаются большим количеством жителей города, которые готовы включить социальную повестку в свои публикации, в том числе активно призывать своих подписчиков к участию в полезных городских событиях.

Можно привлечь к участию в проекте любые другие группы или отдельных активных граждан вашего города или посёлка.



Важно! Партнеры тоже должны быть заинтересованы в сотрудничестве, т.е. вы не можете только брать, вам нужно предложить партнеру что-нибудь взамен, например: упоминание партнера при распространении рекламной или другой информации. Необходимо на начальном этапе отношений выяснить мотивы друг друга, чтобы проектом было легче управлять. Если это финансовая помощь вашей организации, в договоре нужно четко определить в каком виде партнер ожидает получить отчетность (финансовые документы, фото или видео, скриншоты и т.п.).



10. ДЕСЯТЬ ТИПИЧНЫХ ОШИБОК ПРИ ПОДГОТОВКЕ ПРОЕКТА

1. Актуальность и социальная значимость проекта

- Опора на общие слова без привязки к актуальной проблематике своего региона: крайне мало заявок точно описывали проблему в регионе – большинство заявителей не делали привязку к месту реализации проекта. Надо было в заявке связать проблемы своего города, села, региона с возможностью решить их своими силами, с привлечением волонтеров, попросив помочь финансовыми средствами.
- Сложности с обоснованием значимости проблемы.

2. Логическая связность и реализуемость проекта, соответствие мероприятий проекта его целям, задачам и ожидаемым результатам

- Сложности с формулированием цели и задачи проекта.
- нарушение логики и отсутствие связи между составляющими проекта – целью, способами ее достижения и результатом заявленных действий проекта.
- Две связанные друг с другом типичные ошибки — проблема, цель и задачи проекта не согласуются с его результатами или проблема и методы ее решения с помощью проекта недостаточно обоснованы.
- Во многих заявках нарушены причинно-следственные связи: звенья цепочки «цель - задачи — план мероприятий» не соотносятся друг с другом. В итоге предлагаемые мероприятия ведут к достижению совсем другой цели, но не заявленной, и не решают указанных задач.
- В заявках не раскрыт вопрос: как заявитель собирается вовлекать целевую аудиторию?

3. Инновационность, уникальность проекта

- Оторванность от рынка социальных услуг, незнание происходящего в секторе и в сфере деятельности.
- Устаревшие технологии и методики, отсутствие новых идей.
- Нет анализа происходящего в стране, а также регионе по направлению своего проекта.

4. Соотношение планируемых расходов на реализацию проекта и его ожидаемых результатов, адекватность, измеримость и достижимость таких результатов

- Нет измеримых критериев для оценки результатов
- Нет обоснования финансовых затрат (не описательного, а именно финансового)

5. Масштаб реализации проекта

- Соответствие масштаба проекта статусу организации (местная, региональная, межрегиональная, общероссийская) по федеральному законодательству, наличие подтвержденного опыта реализации крупных проектов в нескольких регионах.

6. Реалистичность бюджета проекта и обоснованность планируемых расходов на реализацию проекта

- несоответствие статей бюджета плану мероприятий, в бюджете указаны мероприятия, которых нет в календарном плане.
- в бюджет включены затраты на специалистов, оборудование, и др., которые вообще не участвуют в проекте.
- в бюджет включена вся текущая деятельность организации, с очень низкими количественными показателями, непосредственно направленными на благополучателей.

- вместо расшифровки, как рассчитывалась статья расхода, общие фразы или дублировалось описательное обоснование проекта
- в заявках не продумано, что будет с дорогостоящим оборудованием, закупленным в рамках проекта, после его завершения. Запрашиваются средства на оборудование, которое должно работать многие годы, а информации, как будет реализовываться проект дальше – нет.

7. Собственный вклад организации и дополнительные ресурсы, привлекаемые на реализацию проекта, перспективы его дальнейшего развития

- вклад организации не заявлен
- дополнительные ресурсы не заявлены
- нет представления о том, как будет существовать проект после окончания финансирования

8. Опыт организации по успешной реализации программ, проектов по соответствующему направлению деятельности

- отсутствие актуальной информации о деятельности организации и заявленной команде в интернете
- отсутствие информации о предыдущем опыте работы организации в данной сфере, отсутствие опыта реализации соразмерных по заявленной масштабности и финансированию проектов и программ

9. Соответствие опыта и компетенций команды проекта планируемой деятельности

- отсутствие у команды опыта работы в данной сфере, отсутствие опыта реализации соразмерных по заявленным масштабности и финансированию проектов и программ
- эксперты ставили низкие баллы, когда заявители, писали грандиозные и масштабные проекты в сфере, где ни у организации, ни у членов команды вообще не было никакого опыта работы

10. Информационная открытость организации

- отсутствие актуальной информации о деятельности организации в интернете
- отсутствие сайта, страничек в социальных сетях, ссылки на неработающий интернет-ресурс — или ссылки на не действующие страницы в социальных сетях
- отсутствие отчетов на сайте о работе организации, ранее реализованных проектах, особенно настораживает экспертов отсутствие информации о результатах проектов, реализованных за счет средств грантов



II. СПИСОК ГРАНТООПЕРАТОРОВ

Федеральные грантооператоры

Фонд президентских грантов -

- президентские гранты.рф
- фонд поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации fond-detyam.ru -
- Благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко - timchenkofoundation.org
- Фонд поддержки и развития филантропии КАФ - cafrussia.ru
- Росмолодежь - fadm.gov.ru
- Проектный офис развития Арктики (ПОРА) - porarctic.ru
- Всероссийский конкурс «Доброволец России» - добровольцыроссии.рф
- Благотворительный фонд Владимира Потанина - fondpotanin.ru
- Российский фонд культуры - rcfoundation.ru
- Фонд «Русский мир» - russkiymir.ru
- Фонд поддержки публичной дипломатии им. А.М. Горчакова «Мир и справедливость» - gorchakovfund.ru
- Институт развития Интернета - ири.рф
- Российское географическое общество - rgo.ru
- Российское военно-историческое общество (РВИО) - rvio.histrf.ru
- Министерство культуры РФ - mkrf.ru
- Министерство спорта РФ - minsport.gov.ru

Подробнее о других федеральных конкурсах грантов и субсидий для некоммерческих организаций можете узнать в следующих Интернет-порталах:

- Агентство стратегических инициатив (АСИ) - asi.ru
- Агентство социальной информации - asi.org.ru
- Информационный портал «Кислород твоих идей» - kislород.io
- Общероссийская база конкурсов и грантов в области культуры и искусства - grants.culture.ru
- Проект «Grantist.com» - grantist.com
- Портал «Vsekonkursy.ru» - vsekonkursy.ru

Региональные грантооператоры

- Министерство по делам молодежи и социальным коммуникациям РС (Я) - minmol.sakha.gov.ru
- Министерство культуры РС(Я) - minkult.sakha.gov.ru
- Министерство по развитию Арктики и развитию народов РС (Я) - arctica.sakha.gov.ru
- Министерство труда и социального развития РС(Я) - mintrud.sakha.gov.ru
- Министерство образования и науки РС(Я) - minobrnauki.sakha.gov.ru
- Министерство по внешним связям и делам народов РС (Я) - mvsdn.sakha.gov.ru
- Гранты Главы Республики Саха (Якутия) - yakutia.click