

Симонова, И. Ф. Социально-культурное проектирование: современные подходы и технологии : учебное пособие / И. Ф. Симонова. – Санкт-Петербург : Научно-технологические технологии, 2020. – 250 с.

Тягаева, Д. Л. Социально-культурное проектирование как способ организации досуга молодёжи / Д. Л. Тягаева, С. Ю. Салынина // Социальные науки. – 2020. – № 2. – С. 76–81.

Цибульский, К. А. Технологии социального проектирования как средство формирования гражданских ценностей учащихся 10–11 классов / К. А. Цибульский, Л. В. Найдёнова // Социальные коммуникации: философские, политические, культурно-исторические измерения : сборник статей I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Кемеровский гос. ун-т, 2020. – С. 232–237.

Шереметьева, А. И. Социальное проектирование как средство воспитания социальной активности молодёжи / А. И. Шереметьева // Интеграция педагогической науки и практики в современных условиях : сборник научных трудов. – Ставрополь : СКФУ, 2020. – С. 73–79.

Министерство культуры Ставропольского края
Государственное бюджетное учреждение культуры
Ставропольского края
«Ставропольская краевая универсальная научная
библиотека им. М. Ю. Лермонтова»

СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ: ШАГ ЗА ШАГОМ

Методические рекомендации

Ставрополь
2021

УДК 001.891
ББК 60.88
С 69

Составитель
А. М. Якушев

Редактор
И. А. Погорелова

Дизайн обложки
В. Г. Коротченко

Ответственный за выпуск
Н. И. Дзюба

Социальное проектирование: шаг за шагом :
С69 методические рекомендации / составитель А. М. Якушев ;
ответственный за выпуск Н. И. Дзюба ; ГБУК
«СКУНБ им. Лермонтова». – Ставрополь, 2021. – 52 с.

Изложены принципы формирования социального проекта и механизм подготовки заявки на грантовый конкурс.

При подготовке издания использованы методические рекомендации Фонда президентских грантов, Ресурсного центра НКО Ставропольского центра «Кампус», а также материалы обучающих семинаров, проводимых при содействии Управления по взаимодействию с гражданским обществом Правительства Ставропольского края.

Список рекомендованной литературы

Акбашева, А. Р. Роль социального проектирования в модернизации социальной сферы / А. Р. Акбашева // Государство будущего: актуальные проблемы социально-экономического и политико-правового развития : сборник статей V Международной научно-практической конференции, посвящённой 75-летию Победы в Великой Отечественной войне. – Уфа : Изд-во УГНТУ, 2020. – С. 365–367.

Михальчук, Н. Е. Краудсорсинг как один из видов социального проектирования библиотек / Н. Е. Михальчук // Культура: теория и практика. – 2020. – № 6. – С. 10.

Московский, С. С. Социальное проектирование как технология привлечения молодёжи к решению социальных проблем / С. С. Московский, В. В. Попова // Пространства социальной напряжённости и стратегические консенсусные взаимодействия в XXI веке : сборник научных трудов. – Иркутский гос. ун-т, 2020. – С. 262–266.

Павлова, О. А. Социальное проектирование как фактор развития гражданской ответственности молодёжи / О. А. Павлова, Н. С. Прохорова // Современные педагогические технологии как средство повышения качества образования: теория и опыт : материалы и доклады. – Москва, 2020. – С. 111–113.

Пахомов, В. П. Социальное проектирование как эффективный ресурс формирования патриотизма и гражданской ответственности подрастающего поколения / В. П. Пахомов // Воспитание наследников Великой Победы в условиях дополнительного образования: XXVIII Международные рождественские образовательные чтения и направление «Деятельность церкви в сфере образования и катехизации». – Москва, 2020. – С. 117–124.

Проценко, Е. Г. Национальное культурное наследие в практике социально-культурного проектирования / Е. Г. Проценко // Национальное культурное наследие России: региональный аспект: материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции / под ред. Л. М. Артамоновой, В. И. Ионесова, М. В. Курмаева. – Самарский гос. ин-т культуры, 2020. – С. 218–221.

Конкурсы, гранты, стипендии // ИТ-ИНФОРМ : сайт. – [Б. м., б. г.]. – URL: <http://www.rsci.ru/grants/> (дата обращения: 19.11.2020).

Культура. Гранты России : сайт. – Москва, 2017–2021. – URL: <https://grants.culture.ru/> (дата обращения: 19.11.2020).

Портал органов государственной власти. Ставропольский край : сайт. – Ставрополь, [б.г.]. – URL: <https://stavregion.ru/podderzhka-nko/informaciya-o-konkursah-dlya-nko/> (дата обращения: 19.11.2020).

Российский фонд культуры : официальный сайт. – Москва, 2021. – URL: <https://konkurs.rcfoundation.ru/> (дата обращения: 19.11.2020).

Российское военно-историческое общество : [сайт]. – Москва, 2021. – URL: <https://www.конкурсрвио.рф/#pobeda> (дата обращения: 19.11.2020).

Росмолодёжь : [сайт]. – Москва, 2008–2021. – URL: <http://grant.mygsmol.ru/> (дата обращения: 19.11.2020).

Стажировки и гранты 2020–2021 гг. : сайт. – [Б. м.], 2020. – URL: <https://st-gr.com/> (дата обращения: 19.11.2020).

Фонд президентских грантов: официальный сайт. – Москва, [б.г.]. – URL: <https://президентскиегранты.рф/> (дата обращения: 19.11.2020).

Фонд «Русский мир» : портал. – Москва, 2020. – URL: <https://russkiymir.ru/grants/> (дата обращения: 19.11.2020).

Оглавление

<i>Введение</i>	4
Базовые принципы формирования социального проекта.....	5
Вначале была идея.....	6
Сведения об организации.....	7
Определяем тему, целевую группу и географию проекта.....	8
Описываем социальную проблему целевой группы.....	12
Формулируем цель проекта	16
Определяем задачи по достижению цели	20
Привлекаем партнёров к реализации проекта.....	24
Планирование мероприятий.....	25
Формируем команду проекта.....	29
Бюджет.....	31
Краткое описание проекта.....	39
<i>Заключение</i>	44
<i>Приложение 1</i>	
Чек-лист для самопроверки заявки на конкурс социальных проектов.....	45
<i>Приложение 2</i>	
Ссылки на сайты конкурсов и грантов.....	49
<i>Список рекомендованной литературы</i>	51

Хорошо бы купить мощные компьютеры и современное программное обеспечение к ним. А ещё бы большой телевизор, чтобы на нём показывать видеофильмы, презентации для всей аудитории. Вот бы при библиотеке сделать какую-нибудь креативную зону для свободного досуга, встреч, общения, творчества. Но где на это взять деньги? А давайте получим грант и решим эту проблему!

Если вы изначально настроены на такой подход – дальше можете не читать. Данные рекомендации не про это.

Попытка получения гранта на решение экономических и материальных проблем вашей организации результата не принесёт. Любой грантодатель финансирует не организацию, какой бы значимой и масштабной не была её деятельность. Финансируется социальный проект, направленный на решение проблем людей.

Если вы болеете душой за дело, которым занимаетесь, видите проблемы людей, ради которых вы работаете, полны идей, как эти проблемы можно решить, – эта брошюра для вас.

Здесь вы найдёте рекомендации, как идею превратить в социальный проект. Мы пошагово пройдем путь формирования проектной заявки. Сформулируем проблему целевой группы, определим цель проекта, задачи по её достижению, которые будут решаться через комплекс соответствующих мероприятий. Вам понадобятся специалисты, которые их проведут, команда проекта. Подскажем принципы её формирования. И конечно же, разберём, как привлечь партнёров, ресурсы для реализации проекта в их материальном и финансовом их выражении, сформировать бюджет проекта.

А чтобы наши рекомендации носили более конкретный характер, рассмотрим формирование заявок на конкурс социальных проектов на примере идей, которые могут быть реализованы в библиотеке.

Если вы готовы, то приступаем...

Ссылки на сайты конкурсов и грантов

Благотворительный Фонд Владимира Потанина : сайт. – Москва, 1999–2021. – URL: <https://www.fondpotanin.ru/competitions/> (дата обращения: 19.11.2020).

Все конкурсы 2021–2022 : официальный сайт. – [Б. М.], 2021. – URL: <https://vsekonkursy.ru/> (дата обращения: 19.11.2020).

Всероссийские конкурсы 2020–2021 г.г. // Konkursoff.ru : официальный сайт конкурсов. – [Б. м.], 2012–2020. – URL: <https://konkursoff.ru/konkurs/vserossijskie-konkursy/> (дата обращения: 19.11.2020).

Грантовые конкурсы России // Моя Россия : сайт. – Москва, [б. г.]. – URL: <https://мояроссия.рф/portal/grant/index> (дата обращения: 19.11.2020).

Гранты и конкурсы // Агентство социальной информации : сайт. – Москва, 2003. – URL: <https://www.asi.org.ru/topic/grants/> (дата обращения: 19.11.2020).

Гранты, конкурсы на 2021 год // Science-Community.org : научная соцсеть. – [Б. м.], 2009–2021. – URL: <https://www.science-community.org/ru/grants> (дата обращения: 19.11.2020).

Капитан грантов : информационно-образовательный портал. – [Б. м., б. г.]. – URL: <https://cptgrants.org/> (дата обращения: 19.11.2020).

Конкурсы, гранты, премии, фестивали : сайт. – Калининград, [б. г.]. – URL: <https://www.konkursgrant.ru/> (дата обращения: 19.11.2020).

7.2. Указан ли в комментариях по оплате труда:
– функционал каждого привлекаемого человека;
– процент его занятости в проекте (за 100 % принимается 8-часовой рабочий день при пятидневной рабочей неделе)?

7.3. Позволяют ли комментарии к статьям бюджета определить, с какими мероприятиями Календарного плана связаны данные расходы и почему их необходимо произвести?

7.4. Все ли мероприятия проекта обеспечены необходимыми ресурсами согласно бюджету проекта (в т. ч. в виде собственного вклада)?

7.5. Есть в бюджете проекта расходы на мероприятия, не указанные в Календарном плане?

7.6. Содержат ли комментарии к статьям детальные расчёты стоимости (в т. ч. если приобретается оборудование, то указаны ли для каждой позиции марка, модель, которые взяты за основу для расчёта стоимости)?

7.7. Все ли расходы бюджета соответствуют требованиям Положения о конкурсе?

7.8. Отражён ли в комментариях источник финансирования (собственный вклад, труд волонтеров, вклад партнёров)?

7.9. Все ли заявленные расходы за счёт собственного вклада непосредственно связаны с мероприятиями проекта и достижением ожидаемых результатов?

8. Письма поддержки.

8.1. Есть ли письменные подтверждения (письма, соглашения о сотрудничестве, иное) от каждого из заявленных партнёров?

8.2. Подтверждён ли заявленный в бюджете проекта вклад партнёров документами от них, в которых указано, что конкретно готовы сделать данные партнёры?

Базовые принципы формирования социального проекта

Для начала сформулируем суть социального проекта. Это комплекс мер, стратегия по решению проблем социальной группы.

Заявка на конкурс социальных проектов – это письменное изложение всего того, для чего вы хотите реализовать данный социальный проект и каким образом вы собираетесь добиться желаемого результата.

Эти неотъемлемые требования надо понимать, о них надо постоянно помнить, поскольку они должны присутствовать во всех разделах социального проекта. Пройдёмся по этим основным постулатам, чтобы потом многократно не возвращаться к ним в процессе формирования заявки.

1. *Реалистичность.* Ничего не надо выдумывать – ни проблему, которая может присутствовать только в вашем субъективном понимании ситуации, ни мероприятия, исходя из соображений «чем больше, тем лучше». Ни бюджет, который вы попытаетесь сформировать по принципу «проси больше, дадут меньше». Ни тем более планируемые результаты, за которые надо будет потом отчитываться и чем-то реально подтвердить.

2. *Обоснованность.* Всякое ваше утверждение, посыл, цифра должны быть обоснованы. Откуда вы это взяли, почему это именно так, а не иначе, почему не больше и не меньше? При подготовке заявки на конкурс социальных проектов на все эти вопросы надо будет дать убедительные ответы: со ссылками, цитатами, расчётами, пояснениями.

3. *Достижимость.* Эту позицию надо держать в уме с самого начала формирования проекта, чтобы потом, проанализировав подготовленную заявку, вы смогли понять – достигните ли заявленной цели, получите ли вы необходимые результаты в рамках реализации проекта? По всем параметрам: охвату целевой аудитории, географии проекта, подбору команды, количеству мероприятий, достаточности ресурсов.

Вначале была идея...

В основе идеи принять участие в конкурсе социальных проектов, как правило, лежит решение какой-то проблемы и необходимость привлечь к этому необходимые ресурсы. Мы уже договорились, что идея лежит вне сферы финансово-материальной заинтересованности.

Любая, даже самая глобальная проблема может решаться не только на государственном уровне, силами региональных или местных властей, но и на уровне конкретного учреждения. В нашем случае, в библиотеке, – формами, методами работы, ресурсами, доступными нам. Поэтому предлагаем дальнейшее продвижение по пути формирования заявки осуществлять на некоторых идеях, реализация которых может быть осуществлена в библиотеке.

Вот некоторые идеи для социальных проектов:

«Литературные мосты дружбы» – сохранение культурного наследия народов, населяющих Ставропольский край, укрепление межнационального мира и согласия;

«Открывая Россию» – преодоление негативных стереотипов по отношению к истории Российского государства у иностранных студентов, мигрантов через знакомство с литературными произведениями;

«Аллея славы» – сохранение исторической памяти об участниках Великой Отечественной войны, военно-патриотическое воспитание.

СОВЕТ. *Формулируя название проекта, имейте в виду, что оно не должно быть длинным: максимум 5–6 слов. В него должна вестись суть вашего проекта. Название в дальнейшем сыграет роль его бренда, который появится на афишах, в приглашениях билетах, СМИ. К примеру, «Открываем Россию: маршрутами русской литературы».*

ВАЖНО!

Обращаем ваше внимание, что приводимые нами примеры и формулировки имеют рекомендательный характер. Условия, в которых живут целевые группы разные, следовательно, фор-

5. Решение обозначенной проблемы и достижение заявленных результатов проекта.

5.1. Возможно ли достижение заявленной цели? Проверьте обратную логику проекта:

– Обеспечивают ли мероприятия Календарного плана решение всех поставленных задач проекта?

– Если будут решены все задачи, будет ли достигнута цель проекта? Или же задач недостаточно?

– Если цель проекта будет достигнута, будет ли решена проблема?

5.2. Возможно ли достижение всех заявленных результатов проекта:

– Если суммировать результаты мероприятий Календарного плана, получатся ли значения, заявленные как количественные результаты всего проекта?

– Если реализовать все заявленные мероприятия, будут ли достигнуты качественные результаты проекта?

6. Команда проекта.

6.1. Расписан ли подробно опыт работы каждого члена команды и сведения об образовании (включая повышение квалификации)?

6.2. Соответствуют ли указанные в заявке компетенции и опыт членов команды специфике мероприятий календарного плана?

6.3. Имеется ли у руководителя проекта опыт успешной реализации подобных проектов (сопоставимых по масштабу и тематике)?

6.4. Достаточно ли членов команды и привлечённых экспертов для того, чтобы реализовать все запланированные мероприятия?

6.5. Все ли сотрудники в команде на самом деле будут задействованы в проекте?

7. Бюджет.

7.1. Совпадают ли должности или роли членов команды проекта, обозначенные в разделе «Команда проекта», с соответствующими позициями в бюджете? Даны ли развёрнутые комментарии по каждой позиции в бюджете проекта?

3. Задачи проекта.

3.1. Правильно ли поставлены задачи проекта? Для ответа на этот вопрос:

- а) сравним проблему и цель проекта;
- б) выпишем описанные в заявке причины существования проблемы – это препятствия, которые мешают ситуации как она ЕСТЬ превратиться в такую, как она ДОЛЖНА БЫТЬ;
- в) выпишем задачи и сравним их с обозначенными препятствиями (причинами);

<i>Задачи</i>	<i>Причины</i>

г) являются ли задачи преодолением обозначенных препятствий?

д) какой вывод можно сделать насчёт правильности постановки задач?

Если задачи являются преодолением обозначенных препятствий, значит, они поставлены правильно;

если нет, то неправильно;

если препятствия в заявке не обозначены, невозможно сделать вывод о целесообразности задач в проекте.

3.2. Для каждой ли задачи в Календарном плане предусмотрено два или более мероприятий?

4. Мероприятия Календарного плана.

4.1. У всех ли мероприятий прописаны количественные и качественные результаты?

4.2. Из описания мероприятий понятно, зачем, для кого они проводятся и что будет происходить?

4.3. В Календарном плане предусмотрены мероприятия для каждой из заявленных целевых групп?

4.4. Мероприятия проводятся на всей ли заявленной территории проекта (во всех указанных в географии проекта регионах, городах, муниципальных образованиях)?

мулируемые вами цели по решению их проблемы, постановка задач могут отличаться от наших рекомендаций.

Сведения об организации

Организация – это грантополучатель. Кто им может быть, определяет грантодатель и обозначает это в Положении о конкурсе. Внимательно ознакомьтесь с ним.

Гранты выдаются некоммерческим организациям, юридическим лицам с разным статусом, предпринимателям, физическим лицам. Посмотрите, подходит ли ваша библиотека под те категории, которых грантодатель готов субсидировать? Если нет, то вам надо искать ту организацию или человека, который может принять участие в выбранном вами конкурсе. В таком случае вы будете уже партнёром заявителя на конкурс и вместе с ним готовить заявку на участие в нём.

Обычно раздел описания организации идёт где-то вначале изложения заявки. Перед тем как излагать свои намерения, необходимо представиться. Это визитная карточка организации, которая должна вызвать у грантодателя доверие к ней и готовность к сотрудничеству. Покажите, что организация создана не под гранты, имеет опыт текущей деятельности и успехи в выбранном вами направлении.

Из представленной вами информации должно быть видно, что организация имеет обновляемый сайт и страницы в соцсетях, созданные не накануне подачи заявки. На сайте представлены подробные годовые отчёты о деятельности организации, информация об органах управления. Опыт работы организации подтверждён публикациями в СМИ и интернете, на сайте организации. Эти ссылки должны быть активные и открываться. Укажите также все полученные субсидии и гранты на реализацию проектов и достигнутые результаты за последние 5 лет. Это покажет ваш опыт работы с грантодателями и умение оперировать определёнными средствами. Если при проведении вами мероприятий не привлекались сторонние финансы, то укажите ресурсы партнёров и собственные (помещения, призы, работа волонтеров и т. п.), как это вы делали в описании софинансирования.

ВАЖНО!

Организация не должна иметь никакой задолженности, быть в процессе ликвидации, участником судебных разбирательств по имущественным и финансовым спорам в качестве истца.

Определяем тему, целевую группу и географию проекта

ШАГ 1-й. Сначала обозначаем, о чём будет ваш проект, в какой сфере будете работать. Многие грантодатели уже предлагают некий перечень того, на что они готовы выделить средства.



Вот примерный список направлений, который предлагает потенциальным грантополучателям *Фонд президентских грантов*:

- социальное обслуживание, социальная поддержка и защита граждан;
- охрана здоровья граждан, пропаганда здорового образа жизни;
- поддержка семьи, материнства, отцовства и детства;
- поддержка проектов в области науки, образования, просвещения;
- поддержка проектов в области культуры и искусства;
- сохранение исторической памяти;
- защита прав и свобод человека и гражданина, в т. ч. защита прав заключённых;
- охрана окружающей среды и защита животных;
- укрепление межнационального и межрелигиозного согласия.

Внутри этих направлений Фонд предлагает ещё ряд конкретных тем, которые указываются в Положении о конкурсе социальных проектов.

А это тематика проектов *Фонда «Русский мир»*:

- проведение форумов, конференций, круглых столов, фестивалей, Дней русского языка и других аналогичных мероприятий, направленных на популяризацию русского языка и русской литературы;
- проведение олимпиад и конкурсов по русскому языку и литературе;
- популяризация русского языка и литературы по каналам СМИ, в т. ч. электронным, и в социальных сетях;

ЧЕК-ЛИСТ для самопроверки заявки на конкурс социальных проектов

1. Обоснование актуальности и социальной значимости проекта.

- 1.1. Сколько целевых групп заявлено в проекте?
- 1.2. Целевые группы описаны достаточно конкретно?
- 1.3. Проблема, на решение которой направлен проект, сформулирована для каждой из указанных в заявке целевых групп?
- 1.4. Обозначены ли причины заявленной проблемы?
- 1.5. Описано ли, почему проблема не решается имеющимися на территории ресурсами?
- 1.6. Имеются ли подтверждения актуальности проблемы в виде:
 - результатов сторонних исследований целевой группы;
 - статистики;
 - писем поддержки.
- 1.7. Указаны ли в заявке результаты исследований проблемы целевой группы, проведённые организацией: наблюдения, опросы, интервью, отзывы представителей целевых групп?
- 1.8. Описаны ли уже достигнутые организацией результаты работы по решению заявленной социальной проблемы?

2. Цель и результаты проекта.

Сколько целей в проекте? Если целей больше, чем одна, отвечать на вопросы ниже нужно про каждую цель по отдельности.

- 2.1. Цель должна быть конкретна.
- 2.2. Цель проекта направлена на решение проблемы выбранной целевой группы на указанной в заявке территории?
- 2.3. Цель должна быть измерима. Возможно ли измерить достигнутые результаты цели проекта с помощью количественных и качественных показателей:
 - количественные результаты: указано ли, какое количество представителей каждой целевой группы примет участие в мероприятиях проекта и ощутит положительные изменения в результате его реализации?
 - качественные результаты: указаны ли конкретные изменения, которые произойдут у каждой целевой группы в результате реализации проекта?
- 2.4. Связаны ли ожидаемые результаты проекта с указанными проблемами целевых групп?

Заключение

Итак, ваша заявка на конкурс социальных проектов сформирована. Возьмите Чек-лист самопроверки (*Приложение 1*) и ответьте на поставленные в нём вопросы. Если на какой-то вопрос не получите положительного ответа или сомневаетесь, вернитесь к этому разделу заявки и снова поработайте с ним.

Внимательно отнеситесь к формальным требованиям подачи заявки: срокам её предоставления, форме отправки (электронной или почтовой), реквизитам организации и руководителя, подписям и печатям, затребованным грантодателем подтверждающим документам (Устав, ЕГРЮЛ, отсутствие задолженности и пр.). Будет обидно, если из-за какой-нибудь формальной мелочи вашу заявку на конкурс отклонят.

Не расстраивайтесь, если конкурс не выиграете. Проанализируйте вашу заявку и постарайтесь найти в ней ошибки, поработайте над ними и попытайтесь удачу в новом конкурсе. Возможно, у другого грантодателя; список их прилагается (*Приложение 2*).

СОВЕТ. *Внимательно отнеситесь к грантодателям из иностранных государств. Получая гранты от них, вы обретаете статус иностранных агентов, а это другие взаимоотношения и формы отчётности.*

Постоянно совершенствуйте свои знания и навыки в написании заявок и реализации социальных проектов. Сейчас нет недостатка в учебной литературе, семинарах и вебинарах на эту тему, организуемых грантодателями на своих сайтах.

И последний важный совет. Ведите постоянную активную работу по выбранным вами направлениям и широко её освещайте. Собирайте награды и свидетельства признания вашей деятельности, не скромничайте. Они будут реальным подтверждением вашей успешной работы.

Не живите от гранта до гранта. Жизнь интересна и увлекательна! Ваша задача сделать её ещё лучше. Удачи вам!

- иные комплексы мероприятий, способствующие популяризации и продвижению русского языка и литературы, поддержке программ их изучения за рубежом;
- проведение форумов, конференций, симпозиумов, круглых столов, посвящённых исследованию России, её истории и культуры, её роли в развитии мировой цивилизации;
- проведение комплекса мероприятий, направленных на сохранение исторической памяти;
- подготовка и проведение выставок, выпуск альбомов, создание видеоконтента о Русском мире и его выдающихся представителях;
- проведение тематических фестивалей, праздников, конкурсов исполнительского мастерства, авторской песни, русского романса, русской духовной культуры;
- осуществление иных мероприятий культурно-гуманитарной направленности, посвящённых русской культуре в контексте мировой культуры.

У каждого грантодателя свои приоритеты в направлениях деятельности, которые он готов поддержать. Они указываются в Положении о конкурсе.

ВАЖНО!

Внимательно ознакомьтесь с предлагаемыми грантодателем темами и выберите нужную, чтобы ваша заявка оказалась у экспертов с опытом в конкретной сфере, и они могли бы оценить ваш проект по достоинству.

ШАГ 2-й. После выбора направления и конкретной темы, в рамках которых вы будете работать, необходимо определиться с целевой группой проекта. Её выбор надо обосновать: кто конкретно получит пользу от вашей работы, какие люди, группы людей?

Общие формулировки типа «население города, района, села» не пройдут. Каким образом вы всех охватите своим проектом и как докажете, что у них у всех произошли какие-то изменения в результате вашего воздействия на них? Здесь нужна конкретность.

Дети – надо уточнять возраст, поскольку работа с младшими и старшими классами требует разных подходов. А есть ещё и трудные подростки. Молодёжь – какая она? Активисты, студенты, работающие? Взрослая аудитория тоже имеет массу разных характеристик: мужчины, женщины, матери, отцы, пенсионеры, работающие (разные профессии), безработные, попавшие в трудную жизненную ситуацию (какую именно). Есть и специальные категории людей, например с ограниченными возможностями. И опять же: с какими?

Выбор из всего этого многообразия зависит от того направления и темы, над которыми вы будете работать. И чем конкретнее вы определитесь со своей целевой аудиторией, тем лучше. Она будет прочной основой для всего проекта, позволит конкретизировать его основные параметры в дальнейшем. Таким образом, проект приобретёт устойчивость и не «поплывёт».

Сколько же может быть целевых групп? Для простых проектов рекомендуется одна целевая группа. Выбрали её и ведёте до достижения желаемого результата. Но бывают и более сложные проекты. К примеру, на I этапе проекта вы хотите обучить волонтеров работе со своей основной целевой аудиторией (уходу за больными, ремёслам, владению компьютером, дать им какие-то другие знания и навыки). На II этапе волонтеры продолжают работу в проекте с этой же целевой аудиторией, но уже другого уровня. Или проект будет посвящён, скажем, организации семейного досуга, в рамках которого в нём будут принимать участие бабушки, дедушки, папы, мамы и дети разных возрастов.

ВАЖНО!

Обязательное условие: если в вашем проекте несколько целевых групп, то все они должны быть объединены общей социальной проблемой или у этой проблемы есть общая причина для всех целевых групп.

Козьма Прутков говорил: «Нельзя объять необъятное». Памятуя об этом, уточняйте количество членов вашей целевой группы. Вы не сможете всех осчастливить своим проектом. Масштабность охвата целевой группы не является залогом зна-

Дальнейшее развитие проекта. Здесь вы должны показать, что реализованный вами проект заложил основы долгосрочной работы с целевой группой по выбранному вами направлению.

Например:

«Литературные мосты дружбы» – налаженное взаимодействие с писателями позволит и в дальнейшем проводить Фестивали национальной литературы в регионе, приобретённое оборудование будет использовано для организации выставок литературы на тему национальных традиций, культуры и истории народов, населяющих регион. Дальнейшая работа по данному направлению будет обеспечена ресурсами соответствующих бюджетов, предпринимателей и партнёров проекта.

«Открывая Россию» – работа над проектом заложит основы создания литературного клуба, в котором иностранные студенты на постоянной основе смогут через литературные произведения знакомиться с историей, культурой и народными традициями России. Приобретённые костюмы той или иной эпохи, отражённой в произведениях литературы, будут использованы при создании Литературного театра при грантополучателе, в котором могут принять участие все желающие. Финансирование дальнейшей работы по проекту предполагается через местный бюджет и партнёров проекта.

«Аллея славы» – собранные материалы о земляках-участниках Великой Отечественной войны, свидетелей оккупации территории станут основой музея Боевой славы, где будут проводиться экскурсии для целевой группы и всех желающих. Эти материалы войдут в сборник воспоминаний и свидетельств той поры. Заложённая Аллея славы станет местом регулярного проведения военно-патриотических мероприятий. Ресурсное обеспечение проводимой в дальнейшем работы будет осуществляться за счёт соответствующих бюджетов и партнёров проекта.

СОВЕТ. Хорошо, если намерения партнёров и других организаций в продолжении деятельности по избранному направлению будут поддержаны соответствующими письмами или соглашениями.

мер предусматривает проведение уроков мужества, посещение музея, конкурсы на чтение стихотворений на военную тему, сбор информации о членах семьи – участниках и свидетелях войны, субботники на мемориалах славы, выращивание и высадку именных саженцев на Аллее славы в населённом пункте.

В этом разделе не следует описывать организационные хлопоты: совещания, инструктажи, заключение договоров, направление писем и т. д. Этапы и мероприятия должны иметь сквозную логику, последовательность и показывать путь к достижению заявленной цели.

Обозначение опыта команды проекта – здесь не надо расписывать функционал и опыт каждого члена команды. Достаточно остановиться на общих характеристиках команды в целом (совместной реализации проектов, мероприятий) и на основных фигурах. Кратко укажите ключевых партнёров, чем они полезны для проекта. Например: *проект будет реализован при участии (содействии, в сотрудничестве), которые предоставят (финансы, ресурсы).*

Выделение средств на реализацию социальных проектов для грантодателей – вид деятельности, который требует подтверждения и общественного признания. Поэтому, как будет освещаться ход реализации проекта, для них имеет большое значение. Некоторые грантодатели эту позицию прописывают в условиях конкурса и в количественные показатели результатов реализации проекта. Только реально описывайте свои возможности работы со СМИ и не переоценивайте их внимание к вашему проекту. Сюда можно вписать социальные сети и медийные возможности партнёров и участников проекта.

СОВЕТ. *Не пишите, что ваши публикации в газетах прочтут все их подписчики, а теле- и радиопередачами будут охвачены миллионы радиослушателей и телезрителей. Понятно, что это не так. В лучшем случае ограничьтесь количеством реальных публикаций.*

Миссия проекта – это те изменения, которые предполагаются в результате реализации проекта в будущем. При формулировке данного предложения рекомендуем отталкиваться от качественных результатов проекта.

чимости проекта и, следовательно, победы в конкурсе. Взвесьте, сколько реально людей будет охвачено вашим проектом. Если завысите, то потом не сможете подтвердить заявленную цифру и отчитаться, занижите – упадёт социальный эффект от его реализации, как говорится, «не стоило и огород городить». Помните о реалистичности и достижимости.


Вот несколько примеров формулировок целевой группы по предлагаемым темам:

«*Литературные мосты дружбы*» – количество человек из числа молодёжи 16–18 лет разных национальностей, населяющих (населённый пункт района, город) Ставропольского края;

«*Открывая Россию*» – количество иностранных студентов (укажите курс и учебное заведение населённого пункта);

«*Аллея славы*» – количество детей 14–16 лет, населяющих (населённый пункт района, город) Ставропольского края.

ШАГ 3-й. Определяемся с географией проекта. Тут все просто.

 Она обуславливается территорией деятельности вашей организации, указанной в Уставе или Положении: село, город, район, край, федеральный округ, Российская Федерация или международная. За этой, определённой рамками уставного документа территорией реализовывать проект нельзя. У вас не получится проводить мероприятия у соседей, с которыми вы дружите и где есть хороший опыт работы по выбранному вами направлению. Тем более вывезти целевую группу, которую вы очень любите и желаете сделать им полезное, на побережье Чёрного моря или в горы.

Хотя пригласить для участия в проекте в качестве специалистов, экспертов людей из других территорий вполне возможно. Надо только это убедительно обосновать и заложить в бюджет проекта расходы на их прибытие, питание и проживание.

И ещё одна особенность, которую необходимо учесть. Если вы прописываете в географии проекта район, край, округ, то мероприятия должны проходить по всей территории. Если это не так, то нужно уточнять, какие конкретно районы, населённые пункты будут охвачены вашим проектом.

ВАЖНО!

В графе «География проекта» указывайте полное официальное название населённого пункта – городской округ, муниципальный район, посёлок городского типа, село, станица, хутор и т. п., район, край или область.

***СОВЕТ.** Географическая всеохватность проекта также не равна его значимости и весу. Попробуйте его реализовать на ограниченном количестве территорий. Это позволит в дальнейшем учесть возможные ошибки в проектировании, накопить соответствующий опыт. И кто знает, возможно, результат реализации вашего проекта вдохновит потенциальных грантодателей, спонсоров, партнёров, власть имущих, и вы сможете с их поддержкой растиражировать его в других территориях.*

Описываем социальную проблему целевой группы

Обычно на вопрос «Что самое важное в проекте?» большинство отвечает: «Бюджет!» Абсолютно нет! Грамотное, убедительное описание проблемы целевой группы во многом определяет успех вашей заявки на конкурсе социальных проектов. Именно здесь и кроется основной ответ на вопросы: «А зачем он вообще-то нужен этот проект? В чём его необходимость и целесообразность?». В подходе к описанию социальной проблемы много тонкостей и нюансов. Попробуем в них разобраться.

Прежде всего, как мы уже определились, она должна быть реальной, а не существующей только в вашей голове и притянутой к бюджету. Уверены, опыт вашей работы, знания, наблюдения показывают, что она есть. Надо только грамотно и убедительно её описать.

ШАГ 1-й. Начнём издали, но не увлекаемся, поскольку почти все грантодатели ограничивают объём изложения этой части заявки. Самое соблазнительное и наиболее распространённое – долгое оперирование общими фразами в глобальных категориях: патриотическое, интернациональное, экологическое воспитание; понятиями добра, справедливости, правовой

Отечественной войны и участия в ней жителей (населённого пункта) (посредством каких действий).

Обратите внимание, не на проведение форума..., проведение серии мероприятий по..., на популяризацию каких-то знаний, т. е. не на мероприятия.

Второе предложение описания проекта должно отражать технологичность, креативность, новизну проекта.

Например, в достижении поставленной цели будут применяться методы повышения мотивации к получению необходимых знаний, условий для неформального общения, театрализации литературных сюжетов, личного участия в поисковой работе, увековечению памяти о героях-земляках и т. д. и т. п.

Третье предложение должно отразить основные этапы (мероприятия) проекта. Но не стоит описывать все мероприятия, достаточно 3–6 ключевых.

«Литературные мосты дружбы» – в рамках проекта будут организованы выставки литературы о традициях, культуре и истории народов, населяющих территорию, вокруг которых будет организована соответствующая работа; установлены связи с писателями, представляющими национальные литературы Кавказа, они будут приглашены на встречи, которые пройдут в библиотеках территории. Предполагается, что мероприятиями будет охвачено не менее (количество) человек целевой группы.

«Открывая Россию» – реализация проекта будет проходить в несколько этапов. На I этапе будут сформированы группы иностранных студентов с соответствующим уровнем знания русского языка, затем с ними пройдут установочные занятия. Далее будет реализована серия занятий, знакомящих студентов с историей, традицией и культурой России через литературные произведения. В проводимых занятиях будут широко использоваться методы театрализации, иллюстрации, просмотра видеofilмов, экскурсии по литературным местам региона.

«Аллея славы» – реализация поставленных задач будет проходить через систему мер по активному включению целевой группы в изучение истории Великой Отечественной войны, биографий участников и свидетелей войны из членов семьи. Система

цели и задач. Возможно, придётся расширять или сужать целевую группу, менять географию проекта. Не исключено, что будут изменения в составе команды и партнёров, в Календарном плане и бюджете. И вот когда вы ещё раз пройдёте по нему, ответив положительно на все вопросы Чек-листа самопроверки, который прилагается к данным рекомендациям, тогда можете приступать к описанию вашей заявки.

Некоторые советы по её написанию. Многие грантодатели в своих рекомендациях ограничивают объём описания проекта и в него надо уложиться.

Описание проекта должно быть кратким, но всеобъемлющим и вместить в себя следующую информацию:

- 1) на что направлен проект;
- 2) описание технологии, методики реализации проекта;
- 3) структурное описание проекта;
- 4) обозначение опыта команды проекта;
- 5) ссылка на ключевых для проекта партнёров;
- 6) как будет освещаться ход реализации проекта;
- 7) основная миссия проекта;
- 8) дальнейшее продолжение проекта.

Помните, здесь не надо подробно останавливаться на проблеме, целях, задачах, прочих обоснованиях важности проекта – они будут изложены в других разделах заявки.

В первом предложении описания заявки вы переформулируйте цель проекта в процесс. В нашем случае это будет выглядеть примерно так:

Проект «Литературные мосты дружбы» направлен на повышение уровня знаний у... (цифра) молодёжи от 14 до 16 лет (населённого пункта) о культуре, традициях, истории соседних народов (посредством каких действий).

Проект «Открывая Россию» направлен на создание условий для преодоления негативных стереотипов у... (цифра) иностранных студентов вузов (населённого пункта) об образе России, её истории, культуре и традициях.

Проект «Аллея славы» направлен на создание системы получения знаний (какой целевой группой, цифра) по истории Великой

грамотности и т. д. и т. п. Это утяжеляет описание проблемы, но веса заявке не придаёт. Достаточно нескольких предложений о наличии самой проблемы, желательно с упоминанием авторитетных источников (социсследования, мнения учёных, статистические данные).

ШАГ 2-й. Далее переходим к тому, как эта проблема, её акту-



альность видится конкретно на примере выбранной вами целевой группы в привязке к географии реализации проекта. Насколько она серьёзна, распространена, кого затрагивает и как долго существует. Здесь необходимо привести уже местные данные: опросы, авторитетные публикации о проблеме в региональных и местных СМИ, мнения руководителей, собственные наблюдения за целевой группой. Более убедительным будет ваше описание проблемы, если все эти данные подтверждаются конкретными ссылками на публикации в СМИ, интернете, в других источниках. Так вы покажете, что проблема не является результатом только ваших личных убеждений и умозаключений.

ВАЖНО!

Проблем у целевой группы может быть много, но вы берётесь за решение только одной. Не расплывайтесь. Проблема должна быть решаемая в рамках проекта, иначе возникает вопрос: «Да, она есть и что?».

Несколько примеров общих формулировок проблем целевой группы по выбранным нами темам.

«Литературные мосты дружбы»

В населённом пункте проживает (указать количество человек) молодёжи представителей разных национальностей (указать конкретно каких). Соцопросы, статистика свидетельствуют о высоком конфликтном потенциале в их отношениях (подтвердить цифрами). Наблюдения показывают, что молодёжь разных национальностей предпочитает держаться обособленными группами (цитата, кто наблюдал). Наши опросы говорят о том, что они мало знают об истории, культуре и традициях соседних народов (цифры). Личной мотивации для получения этих знаний нет (указать по какой

причине; подтвердить авторитетным мнением). Есть и другие причины возникновения и существования этой проблемы (описать).

«Открывая Россию»

В вузах населённого пункта учатся... (указать количество человек) иностранных студентов из... (указать число) стран.

Иностранные студенты, приезжающие в Россию, имеют определённые предубеждения и стереотипные негативные суждения о нашей стране, как идущие от весьма давней истории, так и являющиеся результатами современной антироссийской пропаганды (представить результаты соцопросов).

Проведённые нами опросы показывают, что облик России в их глазах оказывается несколько искажённым и примитивным (мнения студентов о России и её гражданах).

Наблюдения за целевой группой показывают, что у них нет условий для получения достоверной информации о России (конкретизировать).

Плохое знание русского языка сужает их возможности в организации такого досуга, который бы позволил ознакомиться с историей нашей страны, а заодно и усовершенствовать свои знания русского языка. Причин существующей проблемы несколько (описать их).

«Аллея славы»

Опросы целевой аудитории показывают, что они достаточно хорошо знают историю Великой Отечественной войны и историю той поры своего населённого пункта (цифры).

Это поколение уже не застало в живых участников Великой Отечественной войны, детей войны, которые могли бы им передать свои воспоминания, а их документы – письма, фотографии и прочее – или не сохранились, или остаются в семьях невосребованными. Наблюдения показывают, что уроки истории на данную тему, патриотические акции воспринимаются целевой аудиторией как нечто формальное и не достигают достаточной глубины погружения в тему, не находят в душе нужного отклика (представить мнения педагогов).

Причин низкого уровня знаний по данной теме несколько (описать их).

Проверьте полноту и корректность комментариев.

- Обоснована ли целесообразность расходов, все ли их параметры обозначены?
- Есть ли ссылки на нормативные документы, прайсы, сайты поставщиков товаров и услуг?
- Указано ли кто осуществляет софинансирование данной строки бюджета?

СОВЕТ. При формировании бюджета крайне нежелательно как его завышение, так и занижение. Завышение легко определяется экспертом грантодателя, который, выйдя в интернет, легко установит реальную рыночную стоимость товара или услуги в вашем регионе. Занижение чревато другими последствиями. На низкую зарплату трудно будет найти хорошего специалиста. Некоторые позиции Календарного плана трудно будет реализовать с заниженным финансированием, а показатели надо выполнять. Если выиграете грант, то проект нужно будет реализовывать именно с этими деньгами. Или искать дополнительное софинансирование самостоятельно.

ВАЖНО!

Ещё раз обратите внимание на то, какие требования по формированию бюджета изложены Грантодателем в Положении о конкурсе. Там могут быть ограничения по зарплате, приобретению оборудования, изданию книг, вплоть до недопустимости таких трат.

Краткое описание проекта

Как правило, этот раздел заявки находится где-то в начале её изложения. Это то, что эксперт читает в первую очередь. Если здесь вы сможете его убедить, что задуманный вами проект актуальный, проработана логика его реализации и команда способна достичь заявленных результатов, с дальнейшими разделами заявки он будет знакомиться более подробно, заинтересованно и, надеемся, доброжелательно.

Почему же написание этого важного раздела заявки мы рассматриваем в конце наших рекомендаций? Потому что в процессе работы над заявкой вы многократно будете возвращаться к разным её разделам, стыкуя и уточняя формулировки проблемы,

Эквивалент оплаты труда волонтеров в качестве софинансирования. Укажите: стоимость часа волонтера; количество часов; количество волонтеров; источник информации о стоимости часа. Опирайтесь на рыночную стоимость за аналогичную работу. Недопустимо указывать в названиях статей и в комментариях фразы «выплаты волонтерам», поскольку волонтеры работают на безвозмездной основе.

Издательские, полиграфические и сопутствующие расходы: поясните назначение этих расходов в контексте реализации конкретных мероприятий проекта; укажите количество страниц, формат, цветность и плотность бумаги; тираж; если отдаёте дизайн одной организации, а печать – другой, укажите эти расходы в разных статьях бюджета.

ШАГ 3-й. Подбиваем итоги формирования бюджета и оцениваем его по следующим параметрам.



- Соразмерен ли бюджет достигаемым количественным результатам проекта?

Разделите сумму бюджета на предполагаемое количество охваченной целевой аудитории, участников проекта и увидите, сколько вы потратите на каждого. Адекватны ли такие затраты?

- Убедительна ли сумма софинансирования проекта?

Некоторые грантодатели в Положениях о конкурсе обозначают эти параметры, уточните. Общая практика проведения конкурсов говорит, что чем больше эта цифра, тем лучше. Главное, чтобы она была реальна и обоснована.

- Как будет использоваться вами приобретаемое оборудование в дальнейшем, за рамками проекта?

Передача приобретаемого за счёт гранта оборудования другой организации недопустима.

- Все ли статьи бюджета обеспечивают проведение мероприятий?

Вернитесь в Календарный план. Все его пункты должны быть отражены в Бюджете, даже если вы на их проведение не запрашиваете средства у грантодателя. Они пройдут в порядке софинансирования и должны быть отражены в общем бюджете.

ШАГ 3-й. Опишите опыт решения указанной вами проблемы в регионе, населённом пункте и ваш собственный. Скорее всего, вы не одни, кто знает о существовании этой проблемы и предпринимал какие-то меры по её разрешению. Это могут быть органы власти, учреждения, общественные организации, отдельные энтузиасты. Вполне возможно, что и вы сами предпринимали попытки решить имеющуюся проблему. Опишите их и ваши усилия в этом направлении, указав, почему её острота остаётся или не снижается, как этого хотелось бы.

Если же вы предлагаете совершенно новый путь, оригинальные подходы в решении актуальной проблемы, то это даст вам дополнительные очки в оценке заявки!

ШАГ 4-й. В завершении описания проблемы целевой группы важно указать, в чём состоят, по вашему мнению, потенциальные угрозы бездействия. Каковы возможные последствия развития проблемы?

Чтобы ответить на этот вопрос, подумайте: что будет, если проблему не решать? Ухудшится ли состояние целевой группы или останется таким же, как и сейчас? Чем это плохо?

Если вы поняли, что последствия не критические, почему всё-таки хотите заниматься выявленной проблемой? Возможно, ваш опыт работы по данной проблеме мог бы быть более успешным, если бы вы получили конкретную поддержку (укажите в чём).

Ответы на эти вопросы помогут вам убедить экспертов, насколько серьёзные изменения для целевой группы возможны в результате реализации вашего проекта и насколько высока его социальная значимость.

СОВЕТ. Не переусердствуйте в сужении красок при описании проблемы, особенно если вы даёте оценку вышестоящим структурам и партнёрам, на чью поддержку в дальнейшем рассчитываете. Это может их отпугнуть и обидеть. Посыл должен быть таков: да, проблема есть, но она решаема; мы это сможем сделать при условии реализации этого проекта.

Формулируем цель проекта

ШАГ 1-й. Формулируя цель проекта, откажитесь от высоких и благородных порывов решить общие проблемы военно-патриотического воспитания, бережного отношения к природе, социальной помощи и других, не менее значимых деяний. Такие цели всеобщие, долговременны в реализации, результаты недостижимы в рамках одного проекта и трудно измеримы.

Цель должна быть: достижима; конкретна; измерима.

ШАГ 2-й. Вернитесь к описанию проблемы вашей целевой группы. Она реальна, понятна, имеет отношение именно к вашей целевой группе. Наша цель – решить эту обозначенную конкретную проблему вашей целевой группы на выбранной вами территории. Не все имеющиеся проблемы целевой группы, а одну – конкретную. Даже если другие косвенно сопутствуют или влияют на эту основную.

Любая глобальная цель имеет свои составляющие, которые измеримы и достижимы. К примеру, степень патриотического воспитания может быть измерима уровнем знания истории страны, её особых периодов, истории своей малой Родины, о героях, видных деятелях, в т. ч. местных. Если этих знаний недостаточно – значит, их надо дать. Повышение уровня соответствующих знаний и есть в данном случае цель проекта. Самая распространённая ошибка в проектах по данному направлению – считать, что количество патриотических акций, приобретённых деревянных автоматов, палаток для проведения походов по местам боевой славы и есть цель и показатель патриотического воспитания.

Экологическое воспитание также процесс общий и долговременный. А вот формирование осознанного бережного отношения к природе уже процесс более конкретный. Здесь, кстати, кроется ответ на вопрос: «Как проблему бездомных животных или создания живого уголка в библиотеке решить не через создание благоприятных условий для животных, а через целевую группу, через людей?» Через создание условий для формирования ответственного отношения к животным как к части живой

Аренда помещений (в данном случае имеется ввиду не аренда офисных помещений, а именно помещений для проведения мероприятий): укажите, для проведения каких мероприятий Календарного плана вы арендуете помещение и на какой срок; укажите размер помещения и населённый пункт, где оно находится; обозначьте количество квадратных метров, время аренды (часы или дни), ориентировочную рыночную стоимость аренды аналогичного помещения в этом районе со ссылкой на источник.

Аренда оборудования: поясните, для какого мероприятия вы арендуете оборудование; укажите производителя и точную модель, дайте ссылку на конкретное оборудование или аналогичное ему.

Аренда транспорта: обоснуйте необходимость аренды транспорта; укажите вид транспорта, его вместимость; опишите маршрут движения и расстояние до места поездки; укажите вид транспорта и время аренды в часах или днях, а также стоимость со ссылкой на источник.

Изготовление раздаточных материалов: поясните, что входит в раздаточные материалы и для каких мероприятий они нужны; опишите физические размеры раздаточных материалов и параметры печати: формат, цветность, качество, материалы изготовления.

Возмещение проезда участников мероприятия и приглашённых специалистов, экспертов: расшифруйте, кому будете возмещать проезд, и кратко обоснуйте необходимость этого расхода. Покажите, как рассчитывали сумму на одного человека (пункты отправления и прибытия, вид транспорта).

Оплата размещения участников мероприятия: расшифруйте, кому планируете возмещать оплату размещения, и кратко обоснуйте необходимость этого расхода; покажите, как рассчитывали сумму на 1 человека (количество дней, категорию и стоимость номера в сутки).

Оплата питания участников мероприятия: расшифруйте, сколько раз планируете предоставлять питание или кофе-брейк в день; кратко обоснуйте необходимость этого расхода; покажите, как рассчитывали сумму на 1 человека.

чение), канцтовары и расходные материалы. Здесь велик соблазн включить все расходы по текущему содержанию организации. Не делайте этого.

В комментариях к статье необходимо все расходы привязать к проекту. Ничего лишнего. Если аренда нежилого помещения, то укажите количество метров помещения и его расположение – размер помещения должен соотноситься с параметрами проекта, т. е. с количеством сотрудников проекта или количеством участников мероприятия. Также обоснуйте и остальные офисные расходы.

СОВЕТ. *Офисные расходы лучше брать на себя в качестве софинансирования. Текущие расходы организации всё равно есть, и будет правильно, если часть их вы направите на реализацию проекта. Также грантодатели преимущественно советуют не просить деньги на сайт, если он не является ключевой позицией в проекте.*

4. Приобретение, аренда специализированного оборудования, инвентаря и сопутствующие расходы. В комментариях к этой статье кратко поясните назначение и необходимость этого оборудования для решения задач проекта; укажите производителя и точную модель оборудования; дайте ссылки на конкретный товар или аналогичный ему в случае покупки или дайте ссылку на прайс по аренде такого оборудования. Если дешевле будет на время проекта арендовать необходимое оборудование, чем приобрести, отдавайте приоритет аренде.

5. Расходы на проведение мероприятий. Это ключевая статья бюджета, поэтому рассмотрим её более подробно.

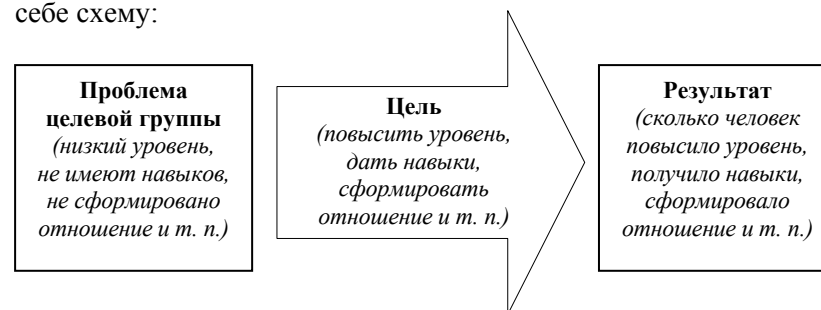
Сюда могут входить следующие расходы:

- аренда помещения;
- аренда оборудования;
- аренда транспорта;
- возмещение проезда участников мероприятия и приглашённых тренеров, экспертов;
- оплата размещения участников мероприятия;
- оплата питания участников мероприятия;
- изготовление раздаточных материалов.

Разберём подробно, какими должны быть комментарии к статье «Расходы на проведение мероприятий».

природы. Бережное отношение к природе можно сформировать и через получение знаний о том уроне, что приносит ей человек своей необдуманной деятельностью, и через активное участие в экологических акциях. Цель – создание условий для этого.

Чтобы понять, правильно ли всё у вас сложилось, нарисуйте себе схему:



Обратите внимание на предполагаемые результаты проекта. Они должны иметь две характеристики:

1. Количественный результат: сколько представителей целевой группы примут участие в проекте.
2. Качественный результат: какие позитивные изменения произойдут в жизни каждой целевой группы.

Зафиксируйте эту позицию. Достижение этих показателей надо будет иметь в виду при определении задач проекта и отражать в комментариях в Календарном плане, а также учитывать при формировании Бюджета проекта. Исходите из них, поскольку именно в достижении результата и есть смысл всего проекта в целом.

ВАЖНО!

Цель должна быть одна. И вот почему.

Путь к достижению каждой цели лежит через решение ряда задач, а решение каждой из них достигается проведением нескольких мероприятий со своими сроками и бюджетом, итогом которых будет достижение соответствующих количественных и качественных показателей. И если у вас будет не одна, а две или несколько целей, проект разбухнет так, что будет неподъёмным.

Итак: цель проекта – это решение описанной вами проблемы целевой группы. Всё ранее изложенное сформулируйте в одно предложение, исходя из ключевого понятия одной проблемы вашей конкретной целевой группы. Ещё раз убедимся, что сформулированная вами проблема реально существует, подкреплена объективными данными и решаема в рамках реализации проекта. А результат её решения может быть выражен в количественных и качественных показателях. Проще говоря, переформулируем проблему в процесс её решения. Разберём на примерах.

«Литературные мосты дружбы»

Проблема	Цель
Низкий уровень знаний у молодёжи от 14 до 16 лет (населённого пункта) о культуре, традициях, истории соседних народов.	Повысить уровень знаний у... (цифра) молодёжи от 14 до 16 лет (населённого пункта) о культуре, традициях, истории соседних народов посредством проведения комплекса просветительных мероприятий.
Показатели	<p>Количественные: сколько представителей молодёжи от 14 до 16 лет повысило уровень знаний о культуре, традициях, истории соседних народов.</p> <p>Качественные: знания о культуре, традициях, истории соседних народов способствовали популяризации культурного наследия народов России, позволили молодёжи избавиться от негативных стереотипов в отношении соседних народов, что укрепило добрососедские межнациональные отношения в населённом пункте.</p>

в должностные обязанности. Укажите долю занятости сотрудника в проекте. Укажите обоснование расчёта уровня месячной заработной платы с учётом средней заработной платы на аналогичной должности в регионе реализации проекта. Не лишней будет ссылка на сайт Росстата по региону, где эти данные есть, или на ведомственный нормативный акт, регламентирующий оплату труда именно такого специалиста.

Для обоснования выплат привлечённым лицам по гражданско-правовому договору (далее ГПД) кратко опишите, для решения какой задачи или организации какого мероприятия вам нужна эта услуга. Сделайте детальный расчёт с обоснованием стоимости услуг каждого из специалистов: стоимость часа работы каждого физического лица и фактическое количество часов работы либо договорная стоимость услуги (не выше среднерыночных цен) и количество услуг.

2. Командировочные расходы.

Поясните назначение этой командировки в контексте проведения конкретных мероприятий проекта и представьте детальный расчёт по стоимости проезда (пункты отправления и прибытия, вид транспорта); проживания (количество дней, категорию и стоимость номера в сутки); суточных (количество дней и размер суточных в день); транспортных расходов. Придерживайтесь общероссийских норм командировочных расходов по экономклассу.

ВАЖНО!


Командировочные расходы можно планировать только для работников, включённых в штат проекта по трудовым договорам, а не по ГПД. Расходы на участие приглашённых в проект экспертов, коллективов, лекторов и других лиц относите в раздел «Расходы на проведение мероприятий», разбив отдельно по статьям питание, проживание, проезд. Это уже не командировочные расходы, а возмещение затрат на участие в проекте.

3. Офисные расходы: аренда нежилого помещения, коммунальные услуги, услуги связи, услуги банков, компьютерное оборудование и программное обеспечение (в т. ч. справочные информационные системы, бухгалтерское программное обеспе-

фактического подтверждения от вас и ваших партнёров произведённых затрат на софинансирование. Достаточно в комментариях к статье расходов указать, что данные расходы являются эквивалентом оплаты аренды помещения, оборудования, услуг, имеющихся у вас или предоставляемых вам таким-то партнёром в порядке софинансирования. И не забудьте в письмах поддержки от партнёров (организаций и физических лиц) упомянуть предоставление ими этих ресурсов.


Начинаем формировать бюджет проекта.

ШАГ 1-й. Заполняем **таблицу расходов**. Обычно грантодатели

 её предлагают в рекомендациях к заполнению заявки, следуйте им. Но практически во всех требованиях к бюджету есть следующие позиции:

№ п/п	Наименование статьи расходов	Общая сумма расходов	в т. ч. покрываемых за счёт:	
			гранта	других источников финансирования
1	2	3	4	5

ШАГ 2-й. Под каждой строкой расходов пишем комментарии

 к ним. Это важно и обязательно, поскольку они говорят о соблюдении вами принципов обоснованности и реалистичности, т. е. связи с мероприятиями Календарного плана, и подтверждают их связь с реальными рыночными ценами на момент подачи заявки на конкурс.

Учитывая важность этого положения, подробнее рассмотрим суть содержания комментариев по основным статьям бюджета.

1. Заработная плата членов команды.

Должности или роли членов команды проекта, обозначенные в разделе «Команда», должны чётко совпадать с соответствующими позициями в бюджете в статье «Оплата труда». В заработную плату включается только та часть заработной платы, которую работник получит за фактически выполненную работу по заявленному проекту, включая НДФЛ.

В комментарии кратко опишите основной функционал сотрудника: чем именно она или он будут заниматься, что включено

«Открывая Россию»

Проблема	Цель
Наличие негативных стереотипов у иностранных студентов вузов (населённого пункта) об образе России, её истории, культуре и традициях.	Преодоление негативных стереотипов у... (цифра) иностранных студентов вузов (населённого пункта) об образе России, её истории, культуре и традициях посредством знакомства с русской литературой через организацию активных форм работы.
Показатели	<p>Количественные: сколько иностранных студентов получили объективную информацию по истории, культуре, о традициях России, повысили свои знания по русскому языку.</p> <p>Качественные: повышение знаний по русскому языку у иностранных студентов позволило им глубже изучить историю, культуру и традиции России, что способствовало преодолению их негативных стереотипов о нашей стране.</p>

«Аллея славы»

Проблема	Цель
Отсутствие системы получения знаний у молодёжи от 12 до 15 лет (населённого пункта) по истории Великой Отечественной войны и участия в ней жителей (населённого пункта).	Создать систему получения знаний у... (цифра) молодёжи от 12 до 15 лет (населённого пункта) по истории Великой Отечественной войны и участия в ней жителей (населённого пункта) посредством проведения комплекса просветительных мероприятий и вовлечения молодёжи в работу по увековечиванию памяти о героях-земляках.

Показатели	<p>Количественные: сколько представителей молодёжи от 12 до 15 лет (населённого пункта) получили знания по истории Великой Отечественной войны и участия в ней жителей (населённого пункта).</p> <p>Количественные: в результате проведения комплекса мероприятий у молодёжи повысился уровень знаний истории Великой Отечественной войны и участия в ней жителей (населённого пункта); сбор сведений о героях-земляках, закладка Аллеи славы в их честь послужили увековечению памяти о них в сознании молодёжи.</p>
-------------------	--

Определяем задачи по достижению цели

С целью своего проекта мы определились. Прочтём, как мы её сформулировали, и убедимся, что она конкретна, относится к нашей целевой группе и может быть достигнута во временных рамках проекта, количественные и качественные результаты измеримы.

Но если с измеримостью количественных показателей всё ясно – есть цифра, то обоснование изменений качественных характеристик также надо предусмотреть. Например, локальным опросом, свидетельствующим об изменениях по отношению к представителям других национальностей, к образу России, или викториной, результаты которой покажут повышение уровня знаний и т. п.

Движение к поставленной цели должно идти через решение целого ряда задач, которые мы должны себе сформулировать. Задачи проекта – это стратегия достижения цели, обозначающая промежуточные результаты, которые необходимо достигнуть.

реализация проекта, тем более его не приобретёте, как и автомобиль для передвижения целевой группы. Не получится профинансировать подготовку и проведение митингов, демонстраций и пикетирований в поддержку ваших идей. Средства гранта нельзя будет направить на погашение задолженности организации, уплату штрафов и пеней, даже если они образовались в рамках реализации проекта.

Не рекомендуется запрашивать средства гранта на благотворительные пожертвования в денежной форме или приобретение продуктов питания с целью их раздачи в виде материальной (благотворительной) помощи, приобретение призов и подарков стоимостью более 4000 руб. Походы, сборы и коллективные выезды возможны, если они не связаны с приобретением туристических путёвок. Некоторые грантодатели финансируют издание рукописей, но только если они являются результатом другой деятельности по проекту и не предусматривают авторских гонораров. Не включайте в бюджет непредвиденные расходы, а также недетализированные «прочие расходы», поскольку это значит, что вы до конца проект недоработали.

Практически для всех грантодателей важным является вопрос софинансирования проекта из других источников. Если вы не обладаете никаким ресурсом, не можете его привлечь со стороны, то получается, что возможностей для его реализации у вас нет и этот проект никому, кроме вас, не нужен и не интересен.

Разберём, в чём может выразиться **софинансирование**.

✓ Прежде всего, *собственный вклад организации* – это денежные средства или денежный эквивалент других ресурсов, которые есть в наличии у организации (помещение, оборудование, программное обеспечение и др.); денежный эквивалент труда специалистов, которых вы привлекли для работы над проектом бесплатно, а также труда волонтеров.

✓ *Финансирование из других источников* – это привлечённые денежные средства партнёров проекта, физических лиц или денежный эквивалент тех ресурсов и услуг, которые партнёры проекта предоставляют организации бесплатно.

Здесь палочкой-выручалочкой является волшебное слово «эквивалент» оплаты. Большинство грантодателей не требует

и уберечь от арифметических ошибок. Формировать его надо именно вам с учётом следующих принципов:

1. Обоснованность. Бюджет должен обеспечивать выполнение всех мероприятий календарного плана. Каждая статья расходов должна соответствовать конкретному мероприятию – в нём не место расходам, не имеющим отношение к мероприятиям проекта.

2. Реалистичность. Расходы по бюджету должны соответствовать рыночным ценам. Не завышайте величину расходов в надежде получить грант побольше. Из бюджета должно быть очевидно, что вы используете оптимальный объём ресурсов, чтобы достигнуть результатов проекта. Прописывайте каждую позицию детально, особенно если это сложный или составной товар, оборудование или услуга.

3. Полнота. Бюджет проекта не равен запрашиваемой сумме гранта. Укажите в бюджете все затраты по проекту, включая софинансирование – собственный вклад организации и вклад партнёров проекта. Софинансирование также должно быть обосновано и реалистично: соответствовать мероприятиям Календарного плана и рыночным ценам.

Расходы по проекту учитываются по факту их совершения в рамках и сроках реализации проекта. Не надейтесь, что грантодатель компенсирует расходы, которые вы уже совершили на подготовительном этапе, до начала реализации проекта, «задним числом». И все расходы должны завершиться до того, как закончится проект. На продолжение деятельности в избранном направлении после срока окончания проекта деньги также не выделяются.

Некоторые грантодатели устанавливают свои параметры соотношения между статьями бюджета. Например, ограничивают уровень расходов на заработную плату, определяют минимальный уровень софинансирования и уровень расходов на услуги подрядчиков. Внимательно ознакомьтесь с этими ограничениями и учитывайте их при формировании бюджета.

Кроме того, не следует включать в бюджет расходы, не связанные непосредственно с реализацией проекта. Вы за счёт гранта не отремонтируете здание, в котором предполагается

ШАГ 1-й. Вернитесь к описанию проблемы и выделите указанные вами причины её возникновения и существования. Они и есть те препятствия, которые вы должны устранить по пути к достижению цели.

Главное здесь – не спутать проблему целевой группы с её причинами и наоборот. Причин может быть великое множество – от глобальных, объективных до местечковых и субъективных. Остановитесь на тех, что относятся к описанной вами проблеме вашей целевой группы и которые вы можете устранить.

СОВЕТ. Не ссылайтесь на несовершенное устройство мира, неправильную государственную политику и равнодушие сильных мира сего. Этого в рамках проекта не изменить. Помните о принципе достижимости результатов.

Для наглядности занесите причины проблемы в таблицу, сверху которой прописана цель проекта. Так меньше вероятность перепутать цель с причинами.

Попробуем сформулировать причины проблемы на наших примерах.

«Литературные мосты дружбы»

Цель: повысить уровень знаний у... (цифра) молодёжи от 14 до 16 лет (населённого пункта) о культуре, традициях, истории соседних народов посредством проведения комплекса просветительных мероприятий.

Проблема	Причины
Низкий уровень знаний у молодёжи от 14 до 16 лет (населённого пункта) о культуре, традициях, истории соседних народов.	1. Нет условий для повышения уровня знаний. 2. Нет мотивации для повышения уровня знаний.

«Открывая Россию»

<p>Цель: преодоление негативных стереотипов у... (цифра) иностранных студентов вузов (населённого пункта) об образе России, её истории, культуре и традициях посредством знакомства с русской литературой через организацию активных форм работы.</p>	
Проблема	Причины
<p>Наличие негативных стереотипов у иностранных студентов вузов (населённого пункта) об образе России, её истории, культуре и традициях.</p>	<p>1. Нет условий для получения информации о положительном образе России, её истории, культуре и традициях. 2. Низкий уровень знаний русского языка в усвоении информации об истории, культуре и традициях России.</p>

«Аллея славы»

<p>Цель: повысить уровень знаний у... (цифра) молодёжи от 12 до 15 лет (населённого пункта) по истории Великой Отечественной войны и участия в ней жителей (населённого пункта) посредством проведения комплекса просветительных мероприятий и вовлечения молодёжи в работу по увековечиванию памяти о героях-земляках.</p>	
Проблема	Причины
<p>Отсутствие системы получения знаний у молодёжи от 12 до 15 лет (населённого пункта) по истории Великой Отечественной войны и участия в ней жителей (населённого пункта).</p>	<p>1. Недостаточно мероприятий для получения знаний по истории Великой Отечественной войны и участия в ней жителей (населённого пункта). 2. Низкий уровень вовлечённости молодёжи от 12 до 15 лет в поисковую работу по увековечиванию памяти об участниках Великой Отечественной войны, жителях (населённого пункта).</p>

ШАГ 3-й. В соответствующий раздел заявки перенесите из таблицы необходимые данные. Обратите внимание, что эти данные должны быть одинаковы как в разделе «Команда проекта», так и в комментариях к штату сотрудников в бюджете.



Описание данных о членах команды может быть таким:

1. Ф. И. О. члена команды.
2. Должность или роль в заявленном проекте.
3. Образование.
4. Образовательные организации и специальности: специальность, образовательная организация, год поступления, год окончания.
5. Опыт работы: должность, организация, год начала работы, год окончания работы.
6. Опыт реализации социально значимых проектов: роль в проекте, наименование и краткое описание проекта, год начала проекта, год окончания проекта.
7. Примечания: почётные звания, награды.
8. Ссылка на профиль в социальных сетях.

ВАЖНО!

Компетенция и опыт членов команды должны соответствовать задачам и мероприятиям проекта. В некоторых случаях требуется документальное подтверждение квалификации: диплом педагога, врача, психолога, водителя и по другим профессиям. Соблюдайте принцип «необходимости и достаточности». Убедитесь, что команда обеспечивает выполнение всех мероприятий Календарного плана и что в команде нет избыточных сотрудников.

Бюджет

Это, пожалуй, такая же сложная и ответственная часть заявки, как и обоснование проблемы, определение цели и задач проекта. Бюджет проекта – это ответственность руководителя проекта, а не бухгалтера. Его задача на этапе подготовки заявки – помочь вам разобраться в принципах ведения бухгалтерского учёта, начисления налогов, страховых взносов

тать над ней не одному человеку, а вместе, каждому отработывая свой участок работы и ответственности в проекте. Да и поиск нужных формулировок идёт результативнее.

Ряд проектов не может быть реализован эффективно без определённых специалистов. Так, например, проект по реабилитации детей «группы риска» – без психолога, проект по формированию исторических знаний – без историка, проект по правовой поддержке – без юриста и т. д.

Команда делится на три составные части: штатных сотрудников проекта, работающих по договорам гражданско-правового характера и волонтеров, привлечённых на безвозмездной основе.

ШАГ 1-й. Понять, что нужно будет делать, чтобы реализовать все запланированные мероприятия. На основе Календарного плана составьте исчерпывающий список всех видов деятельности, которые нужно будет осуществить в ходе реализации вашего проекта.

ШАГ 2-й. Определить состав команды. Для удобства можно заполнить следующую таблицу, где необходимо подробно и убедительно описать по каждому сотруднику их компетенции в избранном направлении, образование, в т. ч. и повышение квалификации, функционал в проекте, опыт работы.

№ п/п	Перечень функциональных обязанностей по реализации мероприятий	Должность / роль в проекте	Образование/ компетенция/ опыт	Кандидаты / Где искать сотрудника?	Штат / ГПД / Волонтер?

ШАГ 2-й. Формулируем задачи по устранению причин. Проще говоря, наличие причины переформулируем в задачу по её устранению. Для наглядности отразим это в таблицах.



«Литературные мосты дружбы»

Причины	Задачи
1. Нет условий для повышения уровня знаний. 2. Нет мотивации для повышений уровня знаний.	1. Создать условия для повышения уровня знаний. 2. Повысить уровень мотивации для получения необходимых знаний.

«Открывая Россию»

Причины	Задачи
1. Нет условий для получения информации о положительном образе России, её истории, культуре и традициях. 2. Низкий уровень знаний русского языка для усвоения информации об истории, культуре и традициях России. 3. Низкий уровень знаний по истории, культуре и традициях России.	1. Создать условия для получения информации о положительном образе России, её истории, культуре и традициях. 2. Повысить уровень знаний русского языка для усвоения информации об истории, культуре и традициях России. 3. Повысить уровень знаний по истории, культуре и традициях России.

«Аллея славы»

Причины	Задачи
1. Недостаточно мероприятий для получения знаний по истории Великой Отечественной войны и участия в ней жителей (населённого пункта). 2. Низкий уровень вовлечённости молодежи от 12 до 15 лет в поисковую работу по увековечиванию памяти об участниках Великой Отечественной войны, жителей (населённого пункта).	1. Провести комплекс мероприятий по получению знаний по истории Великой Отечественной войны и участия в ней жителей (населённого пункта). 2. Повысить уровень вовлечённости молодежи от 12 до 15 лет в поисковую работу по увековечиванию памяти об участниках Великой Отечественной войны, жителях (населённого пункта).

3. Нет условий для увековечивания памяти об участниках Великой Отечественной войны, жителей (населённого пункта).	3. Создать условия для увековечивания памяти об участниках Великой Отечественной войны, жителях (населённого пункта).
---	---

Привлекаем партнёров к реализации проекта

Партнёры проекта – важная его составляющая. Это не только привлечённые ресурсы, но и показатель актуальности, важности того, что вы задумали, что вы не одиноки в желании изменить ситуацию к лучшему. И чем больше у вас партнёров, тем лучше.

Подтверждением их заинтересованности, желания принять участие в реализации вашего проекта являются письма поддержки. Они не должны быть пустыми и формальными, типа «знаем о проекте и поддерживаем его реализацию» – и всё. Они должны быть конкретными, в чём именно выражается эта поддержка. Предоставление своих ресурсов – помещений, оборудования, сотрудников, автотранспорта, печатных площадей или эфира в СМИ, всего того, что будет использовано в ходе реализации проекта.

Только отделите партнёра проекта от контрагента, подрядчика, которому вы собираетесь оплатить те или иные услуги, товары, необходимые для реализации проекта. Партнёр всё это предоставляет на безвозмездной основе. Хотя возможно, что часть услуги будет безвозмездной, а за что-то придётся заплатить. Например, вам предоставят автотранспорт, а расходы на ГСМ нужно будет заложить в бюджет проекта. Или предоставят рабочих, специалистов, волонтёров, а оборудование, расходные материалы ваши. Предоставят помещения, но специалистам, педагогам нужно будет заплатить.

Очень хорошо, если письмо поддержки начнётся с того, что о вас и вашей деятельности знают, что она полезна и результативна; с истории ваших отношений с партнёром по предыдущим проектам, совместной деятельности. Далее в письме поддержки партнёр описывает свою точку зрения на проблему, важность и актуальность реализации проекта. И завершает партнёр своё письмо тем, чем он конкретно готов поддержать проект, какими имеющимися у него ресурсами.

СОВЕТ. Не все грантодатели требуют именно такую схему Календарного плана. Обратите внимание на их рекомендации по формированию заявки на конкурс социальных проектов.

ШАГ 2-й. Пройдитесь по всему Календарному плану и проана-



лизируйте запланированные мероприятия.

Не затесалась ли среди них всякая текущая мелочёвка? Нет ли среди мероприятий не имеющих отношение к целевой группе и решению обозначенных ранее задач? Не упустили ли вы мероприятия, на которые не просите денег у грантодателя, а проводите их в порядке софинансирования?

Проверьте соответствие изложенных в Календарном плане формулировок, ранее обозначенных в других разделах проекта.

В каждом ли пункте мероприятий указано количество участников в нём и достигаемый качественный результат?

Здесь важно, чтобы качественные характеристики достигаемого результата не были однообразны, написаны как под копирку для всех пунктов плана.

Проверьте, не забыли ли вы о каких-то показателях и не появились ли ранее неучтённые.

Суммируйте количественные показатели всех пунктов плана – эта цифра должна соответствовать общему итогу результата проекта.

Формируем команду проекта

Команда проекта – это, прежде всего, команда единомышленников. Если вы выиграли конкурс, получили финансирование и что-то пошло не так – надо будет идти до конца. С теми, кто готов будет отойти, уволиться, вам не по пути. Поэтому подбирайте в команду людей, замотивированных на результат, а не на какие-то блага и преференции.

Проект должен быть укомплектован специалистами до подачи заявки. Поэтому формулировки в Календарном плане «формирование команды проекта», «подбор специалистов проекта» и т. п. не допустимы.

Таким образом, команда проекта складывается ещё до начала формирования заявки на конкурс. Тогда есть возможность рабо-

<p>2. Повысить уровень вовлечённости молодежи от 12 до 15 лет в поисковую работу по увековечиванию памяти об участниках Великой Отечественной войны, жителях (населённого пункта).</p>	<p>1. Сбор целевой группой сведений о земляках-участниках Великой Отечественной войны, очевидцах оккупации фашистами населённого пункта. 2. Доведение информации о собранных сведениях до широкого круга лиц: сочинения, доклады, тематические мероприятия. 3. Раздача целевой группе желудей дуба с последующим их выращиванием до саженцев для высадки на Аллее славы. Возможно присвоение каждому саженцу имени конкретного героя, члена семьи, участника войны, написание сочинения на данную тему.</p>
<p>3. Создать условия для увековечивания памяти об участниках Великой Отечественной войны, жителях (населённого пункта).</p>	<p>1. Проведение субботников по приведению в порядок мест воинской славы и захоронений. 2. Закладка Аллеи славы в честь земляков, участников Великой Отечественной войны. 3. Создание исторической экспозиции по собранным материалам в Музее боевой славы при библиотеке.</p>

Все мероприятия Календарного плана должны иметь дату и место проведения, ожидаемые количественные и качественные показатели реализации проекта.

Пример оформления Календарного плана.

№ п/п	Решаемая задача	Мероприятие	Дата начала	Дата окончания	Ожидаемые результаты (количественные и качественные)
-------	-----------------	-------------	-------------	----------------	--

СОВЕТ. Заранее договоритесь с партнёром о мерах поддержки. Не будет ничего зазорного в том, что вы сами напишите проект письма поддержки от партнёра и в официальном обращении к нему приложите этот проект. Не откладывайте эту работу – в некоторых организациях путь согласования писем непрост и долг.

ВАЖНО!

Ото всех упомянутых в заявке партнёров должны быть письма поддержки или соглашения о сотрудничестве. Если эта поддержка не подтверждается ничем – вычёркивайте их из списков, даже если с ними и предполагаете в дальнейшем работать. Финансирование вашей текущей деятельности поддержкой не считается, интерес для грантодателя представляет поддержка вашей работы в рамках реализации именно данного проекта.

Планирование мероприятий

Мероприятия – это действия, которые нужны, чтобы решить поставленные задачи и отражаются они в Календарном плане проекта. При его формировании исходите из принципов необходимости и достаточности планируемых мероприятий. Решают ли они поставленные задачи? Достаточно ли мероприятий для достижения желаемых результатов? Все ли они направлены на работу с целевой группой?

СОВЕТ. Не засоряйте Календарный план проекта совещаниями, заседаниями, подготовкой договоров с контрагентами и прочей текущей работой. И не заносите в Календарный план предварительные опросы целевой группы, поиск помещений, оборудования, партнёров. Всё это делается заранее – на стадии формирования заявки.

Все мероприятия Календарного плана должны иметь отношение к целевой группе проекта и показатель их результативности в количественном и качественном измерении.

ШАГ 1-й. Переносим сформулированные задачи в таблицу Календарного плана. От них мы будем отталкиваться при его формировании. Попробуем кратко сформировать некоторые мероприятия исходя из наших примеров.



«Литературные мосты дружбы»

Задачи	Мероприятия
1. Создать условия для повышения уровня знаний.	1. Приобрести/изготовить необходимое оборудование для пропаганды литературы национальных авторов (указать какое). 2. Организовать выставки литературы национальных авторов (где, когда). 3. Организовать встречи целевой группы с национальными авторами (где, когда).
2. Повысить уровень мотивации для получения необходимых знаний.	1. Пригласить на встречу известных авторов национальной литературы. Сформировать программу Фестиваля национальной литературы. 2. Провести информационно-рекламную кампанию по проведению Фестиваля национальной литературы. 3. Провести конкурс чтецов национальной литературы среди целевой группы.

«Открывая Россию»

Задачи	Мероприятия
1. Создать условия для получения информации о положительном образе России, её истории, культуре и традициях.	1. Сформировать группы иностранных студентов для проведения занятий по знакомству с литературными источниками по истории, культуре и традициям народов России. 2. Разработать/уточнить программу занятий с иностранными студентами по знакомству с литературными источниками по истории, культуре и традициям народов России в соответствии с характеристиками сформированных групп.

	3. Приобрести/изготовить/ арендовать необходимый реквизит, оборудование, костюмы для иллюстрации/ театрализации соответствующих периодов истории России.
2. Повысить уровень знаний русского языка в усвоении информации об истории, культуре и традициях России.	Мероприятия Календарного плана с указанием дат, тем занятий, количества часов, участников.
3. Повысить уровень знаний по истории, культуре и традициях России.	Мероприятия Календарного плана с указанием дат мероприятий, тем занятий, количества часов, участников.

«Аллея славы»

Задачи	Мероприятия
1. Провести комплекс мероприятий по получению знаний по истории Великой Отечественной войны и участия в ней жителей (населённого пункта).	Мероприятия Календарного плана, в т. ч.: – проведение выставок литературы на военную тему, – конкурсы чтецов стихотворений на военную тему, – уроки мужества, – посещения музея боевой славы, – походы и другие военно-патриотические мероприятия (даты, места проведения, количество участников).