

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АМУРСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ИНСТИТУТ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ»
(ГАУ ДПО «АМИРО»)**

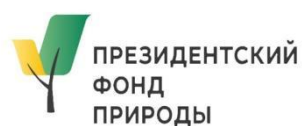
**Рекомендации
по подготовке заявочных документов
на конкурсные площадки по грантовой поддержке**



**ГРАНТ
ГУБЕРНАТОРА**
АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ



Первые



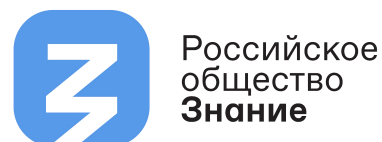
**ПРЕЗИДЕНТСКИЙ
ФОНД
ПРИРОДЫ**



**ПРЕЗИДЕНТСКИЙ
ФОНД КУЛЬТУРНЫХ
ИНИЦИАТИВ**



**ФОНД
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ**



**Российское
общество
Знание**

**ПРИ ГРАНТОВОЙ
ПОДДЕРЖКЕ
МИНОБРНАУКИ
РОССИИ**



росмолодёжь
гранты

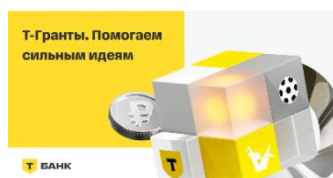
**КУЛЬТУРА.
ГРАНТЫ РОССИИ**

**Фонд
Тимченко**



**ФОНД
ПОТАНИНА**

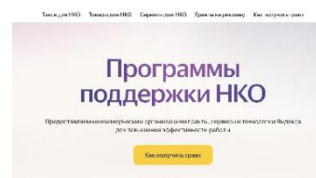
Рыбаков фонд



Т БАНК



**Гранты молодым
предпринимателям**



**Программы
поддержки НКО**

Ознакомиться с грантом

г. Благовещенск, 2025 г.

ББК 60.997
УДК 37.015.31
Р.23

Издается по решению
редакционно-издательского
совета ГАУ ДПО «АМИРО»

Рекомендации по подготовке заявочных документов на конкурсные площадки по грантовой поддержке / Сост. А.В.Фролова – Благовещенск, 2025. – 38 с.

Автор-составитель: Фролова Анастасия Владимировна

В методических рекомендациях систематизированы ключевые принципы и пошаговый алгоритм разработки конкурсной документации. Особое внимание уделяется формулировке актуальности и социальной значимости проекта, постановке измеримых целей и задач, детализации механизма реализации, формированию реалистичного бюджета и описанию планируемых результатов. Рекомендации содержат конкретные примеры формулировок, разбор типичных ошибок, а также перечень актуальных грантовых конкурсов федерального и регионального уровня для образовательных учреждений. Цель документа — повысить компетентность педагогических работников в области проектной деятельности и увеличить шансы на получение финансовой поддержки для реализации социально-значимых воспитательных инициатив. Рекомендации адресованы педагогам, классным руководителям, воспитателям, заместителям по воспитательной работе, руководителям образовательных организаций.

СОДЕРЖАНИЕ

1	Что такое грант?	3
2	Цель и целеполагание	6
3	Задачи социально-значимого проекта	9
4	Пошаговая инструкция: Механизм реализации проекта	12
5	Формирование показателей для социального гранта	15
6	Механизм формирования актуальности в социально-значимом гранте	19
7	Основные принципы формирования бюджета проекта	21
8	Механизм формирования плана мероприятий для социально значимого проекта	26
9	Принципы формирования команды и распределения ролей в социальном проекте	30
10	Как работать с оператором грантовых конкурсов	34

1. Что такое грант?

Грант – это финансовая поддержка, предоставляемая для реализации конкретной идеи или проекта на безвозвратной и безвозмездной основе. В отличие от кредита, грант не нужно возвращать при условии его целевого использования и выполнения всех обязательств перед грантодателем.

Суть гранта заключается в том, что организация или фонд выделяет средства на проект, который соответствует их миссии и целям. Это своеобразная инвестиция в идеи, которые могут принести пользу обществу, науке, культуре, образованию или иного направления.

Главной особенностью Грант- не облагается налогом.

Основные характеристики грантов:

- целевой характер – деньги выделяются под конкретные задачи;
- безвозмездность – не требуют возврата при условии целевого использования;
- конкурсная основа – гранты предоставляются по результатам отбора заявок;
- отчетность – грантополучатель обязан отчитаться о проделанной работе и расходовании средств.

Гранты особенно важны в тех сферах, где коммерческое финансирование затруднено или невозможно: фундаментальная наука, социальные проекты, образовательные инициативы, культурные мероприятия.

Преимущества грантов	Ограничения грантов
Безвозвратное финансирование	Жесткие рамки использования средств
Возможность реализовать некоммерческие идеи	Высокая конкуренция среди заявителей
Развитие профессиональных компетенций	Специфическая отчетность
Нетворкинг и новые профессиональные связи	Временный характер поддержки

Виды грантов и их особенности

Мир грантов разнообразен, и для успешного получения финансирования важно понимать, какой тип гранта подходит именно для вашего проекта. Рассмотрим основные виды грантов по разным классификациям.

По источнику финансирования:

- **государственные гранты** – выделяются из бюджета через министерства, ведомства и специальные фонды (например, Фонд президентских грантов, гранты Первых и др.);
- **частные гранты** – предоставляются благотворительными фондами, коммерческими компаниями (Фонд Потанина, Фонд «Вклад в будущее» от Сбера, Т-банк);
- **международные гранты** – финансируются зарубежными или международными организациями (программа Erasmus+, гранты ООН).

По целевому назначению:

- **образовательные гранты** – на обучение в вузах, программах дополнительного образования;
- **научно-исследовательские гранты** – на проведение научных исследований;
- **социальные (социально-значимые) гранты** – на решение общественно значимых проблем;
- **бизнес-гранты** – на развитие предпринимательских инициатив;
- **культурные гранты** – на проекты в сфере искусства и культуры.

По масштабу финансирования:

- **микрогранты** – от 10 000 до 100 000 рублей;
- **малые гранты** – от 100 000 до 500 000 рублей;
- **средние гранты** – от 500 000 до 3 000 000 рублей;
- **крупные гранты** – свыше 3 000 000 рублей.

Тип гранта	Кому подходит	Характерные особенности	Примеры грантодателей (2025)
Образовательный	Студенты, аспиранты, молодые ученые	Покрывает расходы на обучение, стипендию, исследовательскую работу	Стипендия Президента РФ, Фонд Потанина
Научный	Исследователи, научные коллективы	Финансирование лабораторий, экспедиций, публикаций	РНФ, РФФИ, мегагранты
Социальный	НКО, инициативн	Решение социальных	Фонд президентских грантов, Фонд «Наше

Тип гранта	Кому подходит	Характерные особенности	Примеры грантодателей (2025)
	ые группы	проблем, помощь уязвимым группам	будущее»
Бизнес-грант	Предприниматели, стартапы	Запуск или развитие бизнеса, инновационные разработки	Гранты Сколково, Фонд содействия инновациям

Каждый вид грантов имеет свои требования к заявителям, форматы подачи заявок и критерии оценки. При выборе гранта важно учитывать не только сумму финансирования, но и то, насколько ваш проект соответствует миссии грантодателя.

Кто выдаёт и получает гранты?

Грантодатель – юридическое лицо (организации), включая правительственные агентства, частные фонды, корпорации и международные организации, которые поддерживают инициативу в соответствии с положением конкурса.

Государство – чаще всего через специальные фонды или ведомства;

Частные грантодатели – обычно это физические лица или, например, фонды состоятельных семей;

Организации-посредники – такие фонды аккумулируют бюджетные и частные средства и перераспределяют их;

Бизнес – фонды, созданные конкретными компаниями.

Грантополучатели – это физическое лицо в возрасте от 14 лет или юридическое лицо (организация, НКО, АНО, образовательная организация, организации культуры и спорта и др.) получившие финансовую поддержку в виде гранта (финансовой субсидии) для реализации определённого проекта, исследования или программы. Гранты предоставляются грантодателем.

Юридические лица:

- общеобразовательные организации (школы, детские сады);
- образовательные организации (организации среднего профессионального образования, высшего образования, организации системы дополнительного образования, социальной сферы, культуры и спорта);
- некоммерческие организации;
- социально-ориентированные общественные организации и предприниматели;
- индивидуальные предприниматели;

- общественные организации и объединения (региональные представительства российских общественных организаций).

Физические лица - граждане Российской Федерации в возрасте от 14 лет.

2. Цель и целеполагание

Технологии постановки цели (целеполагания) – это структурированные методы, которые превращают абстрактные идеи в конкретные, измеримые и достижимые задачи. Они идеально подходят для создания сильных проектных заявок.

Ключевые технологии, наиболее релевантные для подготовки социальных проектов:

1. SMART – фундаментальная и обязательная технология

Это золотой стандарт. Цель должна быть:

Specific (Конкретная): Чёткая, ясная, без размытых формулировок.

Плохо: «Популяризировать ЗОЖ».

Хорошо: «Повысить уровень знаний о правильном питании и мотивацию к регулярным занятиям спортом среди 100 учащихся 8-10 классов школы №5».

Measurable (Измеримая): С количественными или качественными показателями.

Как измерить? Количество участников, проведённых мероприятий, проценты, уровень удовлетворённости (по анкетам).

Achievable (Достижимая): Реальная для команды с учётом ресурсов и времени.

Relevant (Актуальная): Соответствует проблеме, миссии проекта и номинации конкурса.

Time-bound (Ограниченная по времени): Чёткие сроки.

Пример: «...к 20 декабря 2024 года».

Как использовать: При заполнении раздела «Цель проекта» в системе «Молодёжь России», «Президентский гранты», «Гранты Первых» проверьте каждый пункт цели по SMART-критериям.

2. Дерево целей (Goal Tree)

Помогает выстроить иерархию: от глобальной миссии к конкретным задачам.

1. *Генеральная цель (Миссия проекта)*: Самое большое изменение (например, «Снижение уровня экологической безграмотности среди молодёжи района N»);

2. *Конкретные цели (Goals)*: К чему конкретно приведёт проект в рамках миссии (например, «Сформировать навыки раздельного сбора отходов у 200 школьников»);

3. *Задачи (Objectives)*: Конкретные шаги для достижения целей (например, «Провести 5 обучающих мастер-классов», «Установить 10 контейнеров для раздельного сбора»).

Как использовать: Для заполнения вкладок «О проекте» (генеральная цель) и «Календарный план» (задачи).

3. OKR (Objectives and Key Results)

Более продвинутая и популярная в управлении технология. Идеальна для командной работы.

Objective (Цель): Качественное, вдохновляющее описание того, чего нужно достичь (например, «Создать в школе самую активную медиа-студию в городе»).

Key Results (Ключевые результаты): 3-5 измеримых показателя, которые доказывают, что цель достигнута.

KR1: Выпустить 12 ежемесячных школьных видеонюхостей с средним охватом 500 просмотров.

KR2: Привлечь и обучить 15 новых участников медиа-студии.

KR3: Занять 1-е место на городском конкурсе школьных СМИ.

Как использовать: Для оттачивания раздела «Результаты» проекта. Key Results станут вашими количественными и качественными показателями.

4. Проблемно-целевой анализ (Анализ «Проблема — Цель»)

Прямо соответствует логике грантовой заявки.

Констатация проблемы (Что не так? Например: «Низкая вовлечённость старшеклассников в волонтерскую деятельность»).

Причина проблемы (Почему так? Например: «Отсутствие интересных для молодёжи форматов и информированности о возможностях»).

Цель проекта (Как мы это исправим? Например: «Создать и запустить школу молодого волонтера с игровыми кейсами для 50 старшеклассников»).

Задачи (Что конкретно сделаем?).

Как использовать: Это структура для заполнения вкладки «О проекте»: сначала опишите проблему, затем обоснуйте цель как решение этой проблемы.

5. Метод от противного (от нежелательного состояния к желаемому)

Шаг 1: Описать текущую, нежелательную ситуацию («На школьном дворе нет оборудованной зоны отдыха, учащиеся проводят перемены в телефонах»).

Шаг 2: Детально описать желаемую ситуацию («Школьный двор имеет зону с лавочками, столами для настольных игр и клумбами, ухоженную силами учеников»).

Шаг 3: Сформулировать цель как переход из состояния 1 в состояние 2 («Благоустроить силами учеников и при поддержке партнёров зону отдыха на школьном дворе к сентябрю 2024 года»).

Как использовать: Для создания яркой и контрастной картины в описании проблемы и цели, что убедительно для экспертов.

Сводная таблица: Какую технологию выбрать?

Технология	Суть	Лучше всего подходит для...	Пример для школьного проекта
SMART	Критерии «качественной» цели	Первичной проверки любой сформулированной цели. Обязательный этап	Цель: Организовать и провести историческую интеллектуальную игру для 80 учащихся 7-9 классов к 9 мая. (Конкретно, Измеримо, etc.)
Дерево целей	Иерархия от миссии к задачам	Структурирования мысли, создания логики проекта	Миссия → Цель → Задачи: Сохранить память → Провести историческую интеллектуальную игру → Разработать сценарий, пригласить ветерана, закупить реквизит
OKR	Вдохновляющая цель + чёткие метрики	Командной работы и фокусировки на измеримых результатах	Цель (O): Сделать наш экоотряд узнаваемым в районе. Результаты (KRs): 1) Провести 3 уборки с охватом 150 чел. 2) Получить 5 публикаций в местных СМИ
Проблемно-целевой	Логическая цепочка «Проблема → Цель»	Обоснования проекта в заявке, ответа на вопрос «Зачем это нужно?»	Проблема: Сосновой роще угрожает мусор Цель: Силами 30 волонтеров очистить рощу и установить 10 аншлагов
От противного	Контраст «было — станет»	Создания яркого образа будущего, который цепляет и эксперта, и участников	Было: Скучный серый забор. Станет: Арт-объект с граффити на тему космоса Цель: Преобразить 50 м забора

Практический совет:

Начните обязательно с SMART – это база. Затем используйте Проблемно-целевой анализ для логики обоснования, а для проработки результатов внедрите OKR. Это сделает заявку максимально сильной, структурированной и убедительной для экспертов грантового конкурса.

3. Задачи социально-значимого проекта

Задачи – это мост между целью и конкретными действиями. Правильно определённые задачи делают проект управляемым, понятным для эксперта и исполнимой дорожной картой для команды.

Пошаговая методика определения задач для социально-значимого проекта.

Шаг 1. Чётко сформулируйте главную цель проекта

Задачи вытекают из цели. Цель отвечает на вопрос «ЧЕГО мы хотим достичь?».

Цель должна быть по SMART: Конкретная, Измеримая, Достижимая, Релевантная, Ограниченная по времени.

Пример цели (для проекта «Школьный экопатруль»): «Повысить уровень практических навыков раздельного сбора отходов (РСО) у 150 обучающихся 5-7 классов школы №12 и наладить систему РСО в школе к 1 июня 2025 года».

Шаг 2. Задайте вопрос: «ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ, чтобы достичь этой цели?»

Ответы на этот вопрос – и есть ваши задачи. Каждая задача – это крупный содержательный блок работы.

Формула: «Глагол + объект + измеримый результат (если возможно)».

НЕПРАВИЛЬНО (это действие/мероприятие): «Провести лекцию».

ПРАВИЛЬНО (это задача): «Сформировать теоретическое понимание принципов РСО у целевой аудитории». (А лекция, мастер-класс, инфографика – это уже мероприятия внутри этой задачи).

Шаг 3. Разбейте цель на логические блоки (ключевые направления работы)

Используйте принцип «Дерева целей» или просто логику проекта. Обычно задачи группируются по этапам или типам деятельности:

Организационно-подготовительные задачи (создание условий):

Пример: Сформировать и обучить команду проекта из 10 волонтеров.

Пример: Разработать информационные и методические материалы по теме проекта.

Пример: Привлечь партнёров и получить необходимые разрешения.

Содержательно-основные задачи (решение сути проблемы):

Пример: Провести образовательный цикл мероприятий для целевой аудитории (3 урока, 2 мастер-класса).

Пример: Организовать и провести практическую акцию по уборке и сортировке отходов.

Пример: Обеспечить материально-техническую базу для системы РСО (закупить/установить контейнеры).

Информационно-просветительские задачи (работа с общественностью):

Пример: Осветить деятельность проекта в школьных и городских СМИ (не менее 5 публикаций).

Пример: Создать и вести сообщество проекта в соцсетях.

Аналитико-заключительные задачи (подведение итогов, устойчивость):

Пример: Подвести итоги проекта, оценить его эффективность с помощью опросов.

Пример: Обеспечить устойчивость проекта после окончания гранта (передать ответственность школьному совету).

Шаг 4. Проверьте задачи по критериям качества (Чек-лист)

Каждая задача должна быть:

✓ Логичной и необходимой: Без её выполнения цель не будет достигнута.
 ✓ Конкретной: Понятно, что именно нужно сделать.
 ✓ Результативной: Вести к конкретному, предсказуемому результату (желательно измеримому).

✓ Реалистичной: Выполнимой командой в срок с имеющимися ресурсами.

✓ Ограниченной по времени: Иметь чёткие сроки выполнения (это прописывается уже в календарном плане).

✓ Ответственной: За каждую задачу должен отвечать конкретный член команды.

Шаг 5. Свяжите задачи с мероприятиями и результатами

Это системный подход. Каждую задачу нужно «развернуть» в конкретные шаги.

Цель	Задача (крупный блок)	Конкретные мероприятия (действия в рамках задачи)	Ожидаемый результат задачи (как измерить?)
Повысить навыки РСО у 150 уч-ся...	1. Сформировать теоретическую базу у ЦА.	Провести 3 интерактивных урока в классах. Создать и распространить 150 памяток.	150 учащихся ознакомлены принципами РСО (по списка посещения).
	2. Обеспечить практическую отработку навыков.	Провести 2 мастер-класса по сортировке. Организовать ежемесячную акцию «Экодежурный».	Не менее 100 учеников приняли участие в практической активности (фотоотчёт регистрация).
	3. Создать инфраструктуру для РСО в школе.	Закупить и установить 5 комплектов контейнеров. Заключить договор с перерабатывающей компанией.	Система РСО введена в эксплуатацию в 3-х корпусах школы (акт приёмки).

Важно: Сумма результатов всех задач должна равняться общему результату проекта (из цели).

Распространённые ошибки и как их избежать

Путаница «Задача vs Мероприятие».

Ошибка: «Задача: Провести фестиваль».

Исправление: «Задача: Создать площадку для межкультурного общения 200 школьников. Мероприятие: Провести фестиваль национальных культур».

Задачи не связаны с целью или дублируют её.

Ошибка: Цель: «Улучшить школьный двор». Задача 1: «Улучшить школьный двор». Это не задача, а повторение цели.

Исправление: Задача 1: «Разработать дизайн-проект зоны отдыха». Задача 2: «Привлечь волонтеров для работ». Задача 3: «Закупить и установить малые архитектурные формы».

Слишком много или слишком мало задач.

Оптимально: 3-5 ключевых задач. Если получается больше 7, возможно, вы дробите на слишком мелкие шаги (это уже мероприятия). Если 1-2 — цель, возможно, слишком узкая или задачи слишком размытые.

Задачи не имеют измеримого результата.

Ошибка: «Популяризовать науку».

Исправление: «Повысить интерес к физике у 50 старшеклассников (по данным входного/выходного анкетирования)».

Практическое упражнение для команды: «Мозговой штурм наоборот»

Представьте, что проект уже блестяще завершён. Цель достигнута.

Спросите: «Что мы уже сделали? Какие большие дела завершили?»

Запишите ответы в прошедшем времени: «Мы разработали и напечатали буклеты», «Мы договорились с партнёрами и провели серию мероприятий», «Мы привлекли СМИ и осветили проект».

Переформулируйте эти ответы из прошедшего времени в будущее – это и будут ваши задачи.

Пример итогового списка задач для проекта патриотической направленности:

Цель: Сохранить память о ветеранах микрорайона для 300 жителей через создание цифрового архива воспоминаний к 9 мая 2025.

Задачи:

Организовать сбор исторического материала: провести интервью не менее чем с 15 ветеранами и тружениками тыла.

Систематизировать и оцифровать собранные материалы: создать архив из 20 видеопрогов, 50 фотографий с аннотациями.

Обеспечить публичный доступ и популяризацию материалов: запустить сайт-архив и провести 3 выставки-презентации в школе и библиотеке.

Привлечь внимание сообщества к проблеме сохранения памяти: обеспечить публикацию не менее 10 материалов в местных СМИ и соцсетях.

Главный вывод: Задачи – это ключевые вехи на пути к цели. Если цель – это пункт назначения на карте, то задачи – это крупные города, через которые обязательно нужно проехать. Их чёткое определение делает маршрут проекта ясным для всех: и для команды, и для грантодателя.

4. Пошаговая инструкция: Механизм реализации проекта

ШАГ 1: От задач – к мероприятиям (Дорожная карта действий)

Возьмите список задач из предыдущего этапа. Теперь для каждой задачи спросите: «Какие конкретные шаги (мероприятия) нам нужно сделать?».

Правило: Одно мероприятие = одно конкретное действие с измеримым итогом.

Пример для задачи «Сформировать теоретическую базу у целевой аудитории»:

Мероприятие 1.1: Разработать презентацию и сценарий интерактивного урока о РСО.

Мероприятие 1.2: Согласовать проведение уроков с завучами и классными руководителями.

Мероприятие 1.3: Провести 3 интерактивных урока в 5-х классах (даты).

Мероприятие 1.4: Подготовить и распечатать памятки для участников.

ШАГ 2: Создайте детальный календарный план

Цель – наглядно распределить все мероприятия по времени.

Определите общие сроки проекта (например, 6 месяцев).

Разделите проект на логические фазы: Подготовка, Основная реализация, Завершение.

Распишите все мероприятия по неделям или месяцам, учитывая их логическую последовательность (сначала делаем макет, потом печатаем; сначала договариваемся с партнёром, потом проводим совместное мероприятие).

Укажите конкретные даты или дедлайны для ключевых мероприятий.

Формат таблицы для календарного плана:

№	Задача	Мероприятие	Срок исполнения	Ответственный	Индикатор выполнения (что будет сделано?)
1	Задача 1	Мероприятие 1.1	10.03 - 17.03	Иванов А. (Координатор)	Готовая презентация, утверждённый сценарий
		Мероприятие 1.2	18.03 - 20.03	Петрова Б. (Коммуникатор)	Получены письменные

№	Задача	Мероприятие	Срок исполнения	Ответственный	Индикатор выполнения (что будет сделано?)
)	согласия от 3-х учителей
2	Задача 2	Мероприятие 2.1	01.04 - 05.04	Сидоров В. (Логист)	Закуплены и установлены 5 комплектов контейнеров (фотоотчёт, акты)
...					

ШАГ 3: Сформируйте и опишите команду проекта

Команда – это ресурс, который выполняет план. Описание должно доказывать эксперту, что у вас есть нужные люди.

1. Определите ключевые роли (функции), необходимые для вашего проекта:

Руководитель: Общее управление, контроль сроков и бюджета, отчётность.

Координатор / Логист: Организация мероприятий, закупки, работа с площадками.

PR-менеджер / SMM-специалист: Ведение соцсетей, работа со СМИ, создание контента.

Специалист по контенту / Методист: Разработка образовательных материалов, сценариев.

Волонтёр-куратор: Работа непосредственно с целевой аудиторией на мероприятиях.

2. Распределите роли среди участников, учитывая их навыки и опыт:

Пример: Ученик, ведущий школьный ВК-клипы, - идеальный кандидат на роль SMM-специалиста.

Пример: Учитель географии как наставник может курировать экологический проект.

3. Подготовьте описание для каждого члена команды (для заявки):

ФИО, возраст.

Роль в проекте.

Ключевые функции (чем конкретно будет заниматься).

Опыт и компетенции, подтверждающие, что он справится (например: «организовал 2 школьные акции», «ведет блог о экожизни», «победитель городского конкурса ораторов»).

4. Добавьте наставников (рекомендовано):

Это взрослые консультанты (педагог, представитель партнёрской организации).

Их роль: экспертиза, помощь в решении административных вопросов, связи.

ШАГ 4: Определите ресурсы для каждого мероприятия

К каждому мероприятию из Шага 1 задайте вопрос: «Что нужно для его выполнения?».

Материальные ресурсы: Что нужно купить или арендовать? (канцтовары, оборудование, призы).

Нематериальные ресурсы: Какие нужны разрешения, договорённости, контакты? (письмо-согласие от администрации, договор с переработчиком).

Человеческие ресурсы: Кто конкретно отвечает и кто ему помогает? (см. Шаг 3).

Временные ресурсы: Сколько времени займёт подготовка и само мероприятие?

Итог этого шага: Вы получите обоснованный список всех потребностей, который ляжет в основу бюджета.

ШАГ 5: Спрогнозируйте риски и создайте «План Б»

Проанализируйте свой календарный план и спросите: «Что может пойти не так?»

Внутренние риски: Участник команды выбыл, не успели с подготовкой, недостаточно участников на мероприятии.

Внешние риски: Погодные условия (для уличного события), отказ партнёра, изменения в школьном расписании.

Для каждого ключевого риска пропишите меры по его предотвращению и реагированию:

Риск: Низкая явка на мастер-класс.

Предотвращение: Активная реклама за 2 недели, регистрация, напоминания.

Реагирование («План Б»): Провести мастер-класс в онлайн-формате или перенести и усилить анонсирование.

Ключевые принципы успешного механизма:

Измеримость: Результат каждого мероприятия должен быть фиксируемым (проведено 3 урока, напечатано 150 буклетов, собрано 30 подписей).

Последовательность: Мероприятия должны вытекать одно из другого. Нельзя проводить акцию до того, как закуплен реквизит.

Реалистичность: Учитывайте реальные силы команды, учебную нагрузку, сезонность.

Гибкость: Оставляйте небольшие временные буферы между этапами на случай задержек.

Наглядность: Календарный план должен быть понятным для всех членов команды. Используйте графики (Gantt-диаграммы), таблицы, доски в Trello или Notion.

Итоговый чек-лист:

Все задачи разбиты на конкретные мероприятия.

У каждого мероприятия есть дедлайн и ответственный.

Составлена таблица (календарный план).

Сформирована команда, роли четко распределены.

Под каждый вид деятельности определены ресурсы.

Проанализированы основные риски и есть «запасные ходы».

Разработанный по этой инструкции механизм покажет грантодателю, что вы не просто мечтатели, а грамотные управленцы, способные довести задуманное до конца.

5. Формирование показателей для социального гранта

Создать систему измеримых и убедительных доказательств успеха проекта для грантодателя (эксперта).

ШАГ 1: Понимание разницы между количественными и качественными показателями

Количественные показатели	Качественные показатели (Социальный эффект)
Что это? Цифры, статистика. Отвечают на вопросы: Сколько? Как много?	Что это? Изменения в знаниях, отношениях, навыках, ситуации. Отвечают на вопросы: Что изменилось? Как именно стало лучше?
Особенность: Легко подсчитать, измерить, проверить.	Особенность: Требуют специальных инструментов для оценки (опросы, интервью, наблюдение).
Примеры: <ul style="list-style-type: none"> • Количество проведённых мероприятий; • Количество участников; • Количество публикаций в СМИ; • Количество розданных буклетов. 	Примеры: <ul style="list-style-type: none"> • Повышение уровня информированности о проблеме; • Изменение отношения целевой аудитории к чему-либо; • Приобретение новых практических навыков; • Улучшение психологического климата в сообществе.
Для эксперта: Факт выполнения работ	Для эксперта: Глубина и ценность изменений

Важно: Сильный проект всегда имеет оба типа показателей. Количественные показывают масштаб, качественные – значение.

ШАГ 2: Двигаемся от цели и задач (алгоритм формирования)

Показатели не придумываются отдельно. Они напрямую вытекают из цели и задач проекта.

Формула: Цель → Задачи → Мероприятия → Показатели (количественные + качественные).

Пример для проекта «Школьный медиа-клуб»:

Цель: Развитие навыков медиаграмотности и создания контента у 30 учащихся 8-10 классов к маю 2025 года.

Задача 1: Обучить основам журналистики и видеомонтажа.

Мероприятия: Серия мастер-классов.

Количественный показатель: Проведено 8 мастер-классов.

Качественный показатель: У 80% участников (по результатам тестирования) сформированы базовые навыки написания новостей и работы в видеоредакторе.

Задача 2: Создать условия для практики.

Мероприятия: Запуск школьного ВК-клипы.

Количественный показатель: Создан и запущен канал, выпущено 10 видеороликов.

Качественный показатель: У участников повысилась уверенность в самовыражении через цифровые медиа (по данным самоотчетов и интервью).

ШАГ 3: Как формулировать КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ показатели (Чек-лист)

Показатель должен быть конкретным, измеримым и реалистичным.

Используйте четкие единицы измерения:

- человек (участников, волонтеров, зрителей);
- единиц (буклетов, контейнеров, публикаций);
- раз/штук (мероприятий, выпусков, сеансов);
- процентов (охвата, удовлетворенности).

Привязывайте к целевой аудитории (ЦА): Не просто «100 человек», а «100 учащихся начальной школы».

Указывайте источник данных: Как вы это посчитаете?

Списки регистрации/посещения.

Фото/видеоотчеты с мероприятий.

Статистика просмотров в соцсетях (скриншоты).

Отчеты партнеров.

Примеры сильных количественных показателей:

1. Не менее 150 жителей микрорайона примут участие в субботнике (по регистрационным листам).

2. Будет издано и распространено 500 экземпляров сборника воспоминаний ветеранов (типографский отчет).

3. Серия из 5 постов в сообществе проекта наберет совокупно не менее 5000 просмотров (статистика VK).

ШАГ 4: Как формулировать КАЧЕСТВЕННЫЕ показатели (социальный эффект)

Это сложнее. Нужно не просто констатировать, а предложить метод измерения изменений.

Определите, какие именно нематериальные изменения вы хотите увидеть: знания, отношения, навыки, эмоциональное состояние, общественная атмосфера.

Выберите инструмент для измерения этого изменения ДО и ПОСЛЕ проекта:

Анкетирование/опрос (входное и выходное).

Глубинное интервью с представителями ЦА.

Наблюдение (например, за поведением до и после экологической акции).

Фокус-группы для обсуждения результатов.

Экспертная оценка (например, оценка работ участников конкурса профессиональным жюри).

Анализ пользовательского контента (комментарии, отзывы, творческие работы участников).

Примеры сильных качественных показателей с инструментом измерения:

Изменение отношения: «Повышение готовности 60% участников проекта к раздельному сбору отходов в быту (по результатам сравнительного анкетирования до и после цикла мероприятий)».

Приобретение навыков: «Формирование у 25 воспитанников детского дома навыков планирования бюджета (по результатам итоговой деловой игры-симуляции под наблюдением экономиста-наставника)».

Улучшение психологического климата: «Снижение уровня конфликтности в подростковой среде лагеря (по данным ежедневного наблюдения вожатых и итогового опроса)».

ШАГ 5: Сводим всё в единую таблицу (Структура для заявки)

Это наглядный способ представить систему показателей эксперту. Заполняйте её последовательно.

№ задачи	Название задачи	Количественные показатели (KPI)	Качественные показатели (Социальный эффект)	Метод измерения / Источник данных
1	Организовать образовательный цикл по финансовой грамотности	<ul style="list-style-type: none"> • Проведено 4 семинара. • Не менее 50 постоянных участников. 	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение уровня финансовой грамотности у 70% участников (по тестированию). • Формирование навыка ведения личного бюджета. 	<ul style="list-style-type: none"> • Списки посещения. • Сравнительные результаты теста до/после проекта.
2	Создать инклюзивную театральную студию	<ul style="list-style-type: none"> • Поставлен и показан 1 спектакль. • Привлечено 15 участников (в т.ч. 5 с ОВЗ). 	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение коммуникативных навыков и социализация участников с ОВЗ (наблюдение психолога, интервью). • Формирование толерантной среды среди зрителей (опрос после спектакля). 	<ul style="list-style-type: none"> • Программы спектаклей, фотоотчет. • Заключение психолога, расшифровки интервью. • Анкеты зрителей
3

Итоговая сумма количественных показателей по всем задачам = общий количественный результат проекта.

Ключевые принципы и лайфхаки:

Принцип «SMART для показателей»: Каждый показатель тоже должен быть Конкретным, Измеримым, Достижимым, Релевантным и Ограниченным по времени.

Избегайте «мусорных» показателей: Не указывайте то, что не связано с сутью проекта или не может быть достоверно измерено (например, «улучшение погоды в регионе»).

Используйте эталонные формулировки от грантодателя:

Количество мероприятий.

Количество участников.

Количество публикаций в СМИ.

Количество просмотров/охватов.

Не переусердствуйте: 3-5 качественных и 5-8 количественных показателей на весь проект – оптимально.

Докажите измеримость: Фраза «по результатам опроса» убедительнее, чем «мы почувствовали».

Главный вывод для эксперта:

Ваша система показателей должна дать чёткий ответ: «Вот как мы поймём, что проект удался, и вот как мы это докажем.» Это снимает все вопросы о эффективности и результативности вашей идеи.

6. Механизм формирования актуальности в социально-значимом гранте

Цель этапа: Доказать эксперту, что ваш проект действительно необходим – решает конкретную, подтверждённую проблему, актуальную для конкретной целевой аудитории в конкретном месте и времени.

Актуальность – это обоснование, почему грантодатель должен вложить средства именно в ваш проект.

ШАГ 1: Диагностика проблемы (Фундамент актуальности)

Задача: Сформулировать проблему не как ваше личное мнение, а как объективный факт.

Сформулируйте проблему одним предложением.

Правильно: «В микрорайоне «Зелёный» отсутствует доступная спортивная площадка для молодёжи 14-18 лет, что ведёт к низкой физической активности и росту случаев асоциального поведения среди подростков».

Неправильно: «Нам негде заниматься спортом».

Докажите масштаб и значимость проблемы.

Соберите доказательства по трём уровням:

Макро-уровень (страна/регион): Ссылки на государственные программы, статистику, стратегии развития.

Пример: «Согласно Стратегии развития молодёжной политики РФ до 2030 года, одной из ключевых задач является создание инфраструктуры для ЗОЖ в шаговой доступности».

Мезо-уровень (город/район): Данные местной статистики, отчёты администрации, публикации в местных СМИ.

Пример: «В открытых данных администрации города N указано, что обеспеченность спортивными площадками в нашем микрорайоне составляет 40% от нормы».

Микро-уровень (конкретная аудитория): Результаты вашего собственного мини-исследования (опрос, анкетирование, наблюдение).

Пример: «По результатам нашего опроса 150 подростков микрорайона, 85% подтвердили отсутствие доступной и современной площадки, а 70% выразили желание заниматься воркаутом при её наличии».

ШАГ 2: Контекстуализация (Почему сейчас?)

Задача: Показать, что момент для реализации проекта выбран не случайно.

Привязка к государственным приоритетам: Укажите, как проект соотносится с национальными проектами («Образование», «Демография»), федеральными программами или объявленными «Десятилетиями» (например, Десятилетие науки и технологий).

Связь с текущими событиями или датами: Годовщина значимого события, предстоящий праздник, сезонность (экологический проект весной, туристический – летом).

Описание «окна возможностей»: Почему именно сейчас проблема обострилась или почему сейчас её можно решить (например, появилась активная инициативная группа, администрация объявила о поддержке таких инициатив).

ШАГ 3: Анализ целевой аудитории (Для кого это актуально?)

Задача: Доказать, что проблема существует не «вообще», а для конкретной группы людей.

Детально опишите ЦА: возраст, род занятий, место жительства, особенности.

Опишите последствия проблемы именно для этой группы.

Пример для ЦА «подростки 14-18 лет»: «Отсутствие досуговой инфраструктуры ведёт к росту времени, проводимого в гаджетах, снижению социализации и риску вовлечения в деструктивные группы».

Приведите доказательства актуальности проблемы именно для них (данные вашего опроса, ссылки на исследования).

ШАГ 4: Анализ существующих решений (Почему они не работают?)

Задача: Показать, что ваш проект – не дубликат, а новое, более эффективное решение.

Изучите, какие меры уже предпринимаются для решения проблемы: Действия местных властей.

Проекты других НКО или активистов.

Существующие коммерческие или государственные услуги.

Кратко проанализируйте их недостатки (тактично и конструктивно):

Пример: «Существующая спортивная площадка в соседнем микрорайоне не решает проблему, так как находится на расстоянии 4 км, что недоступно для школьников без транспорта».

Пример: «Проводимые разовые спортивные мероприятия не дают постоянной возможности для регулярных занятий».

ШАГ 5: Формулировка актуальности проекта (Связка «Проблема – Наше решение»)

Задача: Чётко связать доказанную проблему с сутью вашего проекта.

Используйте формулу: «Несмотря на [существующие меры], сохраняется проблема [ваша формулировка], что подтверждается [ваши доказательства]. Это особенно актуально для [ЦА], потому что [последствия]. Наш проект предлагает решение через [суть вашего подхода], что позволит достичь [ожидаемое изменение]».

Пример итоговой формулировки:

«Актуальность проекта обусловлена необходимостью решения проблемы низкой физической активности и социализации подростков 14-18 лет в спальном микрорайоне «Зелёный» г. Н-ска. Несмотря на реализацию городской программы по благоустройству, наша территория остаётся без современной спортивной инфраструктуры, что подтверждается данными администрации (обеспеченность 40%) и нашим опросом (85% подростков отмечают её отсутствие). Существующие площадки в других районах недоступны из-за удалённости. Проект «StreetMove» предлагает не просто установку воркаут-зоны, а создание молодёжного сообщества вокруг неё с вовлечением жителей в процесс проектирования и проведения регулярных спортивных событий. Это напрямую соответствует приоритетам национального проекта «Демография» в части формирования здорового образа жизни и создаст точку притяжения, снижающую риски асоциального поведения.»

Чек-лист: Сильная актуальность проекта

Конкретика: Проблема описана точно, для конкретного места и группы.

Доказательность: Есть данные статистики, ссылки на документы, результаты опросов.

Релевантность: Показана связь с госпрограммами и номинацией гранта.

Логика: Чёткая цепочка: проблема → её доказательства → пробел в существующих решениях → ваше предложение.

Адресность: Ясно, кому и почему это важно.

Своевременность: Объяснено, почему проект нужно реализовать именно сейчас.

Типичные ошибки:

«Мир во всём мире»: Проблема сформулирована слишком глобально и абстрактно.

«Потому что это важно»: Отсутствуют объективные доказательства, только эмоции и личные убеждения.

«Никто такого не делал»: Не проведён анализ существующих практик, есть риск дублирования.

«Мы хотим, потому что хотим»: Актуальность подменена желанием команды, а не потребностью целевой аудитории.

Ключевой вывод для эксперта: Убедительная актуальность отвечает на главный вопрос грантодателя: «Почему мы должны дать деньги на ЭТОТ проект для ЭТИХ людей именно СЕЙЧАС?» Ваш механизм должен собрать все части пазла в цельную и неоспоримую картину необходимости.

7. Основные принципы формирования бюджета проекта

Бюджет – это финансовое отражение вашего проектного плана. Он должен убедить эксперта в вашей компетентности, реалистичности и ответственности.

Ключевые принципы его формирования:

1. Принцип Обоснованности (самый важный)

Каждая строка бюджета должна иметь чёткое и логичное объяснение.

Как реализовать: Для каждой статьи расходов задайте вопросы:

Зачем это нужно? (Связано с каким мероприятием из календарного плана?)

Почему именно такая сумма? (На основе рыночных цен, коммерческих предложений).

Почему именно такое количество? (Рассчитано на число участников, длительность события).

Пример: Не просто «Канцтовары – 5 000 руб.», а «Канцтовары для проведения 3 мастер-классов (блокноты, ручки, раздаточные материалы) для 50 участников – 5 000 руб.».

2. Принцип Соответствия Правилам грантодателя

Бюджет должен строго соблюдать допустимые и запрещённые статьи расходов.

Пример: Можно: Аренда помещений, закупка оборудования (кроме авто), полиграфия, расходные материалы.

Нельзя: Зарплата руководителю и команде, алкоголь, погашение долгов, благотворительная помощь (исключение смотреть в рекомендациях по заполнению заявки у оператора конкурса).

Следствие: Не пытайтесь «вписать» запрещённую статью под другим названием – это приведёт к отклонению заявки.

3. Принцип Реалистичности и Рыночных цен

Смета должна отражать реальные, а не завышенные или заниженные цены.

Как реализовать:

Получите 2-3 коммерческих предложения (КП) от поставщиков.

Изучите средние цены на товары/услуги в вашем регионе (Яндекс.Маркет, Avito, сайты поставщиков).

Указывайте в обосновании: «Стоимость рассчитана на основе анализа 3-х КП, средняя рыночная цена в г. [Название] составляет...».

4. Принцип Детализации (Прозрачности)

Бюджет должен быть подробным, но не избыточным. Эксперт должен видеть, из чего складывается общая сумма.

Плохо: «Оборудование – 150 000 руб.».

Хорошо:

Ноутбук для монтажа видео – 1 шт. x 65 000 руб. = 65 000 руб.

Колонки портативные для мероприятий – 2 шт. x 15 000 руб. = 30 000 руб.

Микрофоны петличные – 3 шт. x 5 000 руб. = 15 000 руб.*

... Итого по статье: 150 000 руб.

5. Принцип Экономической Целесообразности (Оптимальности)

Выбирайте наиболее эффективное использование средств.

Вопросы для проверки: Можно ли арендовать вместо покупки? Можно ли привлечь партнёра для безвозмездного предоставления? Есть ли более дешёвый, но не менее качественный аналог?

Пример: Для разовой акции дешевле арендовать палатку, чем покупать.

6. Принцип Софинансирования (Совместного участия)

Наличие собственного или партнёрского вклада резко повышает шансы.

Что считается софинансированием: Бесплатное предоставление помещений, оборудования, услуг специалистов, волонтерский труд (оцененный в деньгах), денежные средства от других источников.

Как оформить: Выделите отдельный раздел в бюджете или смете. Каждый вклад должен быть подтверждён (письмом поддержки, договором о намерениях).

7. Принцип Полноты и Адекватности

Бюджет должен покрывать все необходимые расходы для достижения целей проекта, но не быть избыточным.

Проверка: Пройдите по всему календарному плану и списку ресурсов. Хватит ли запрошенной суммы на всё? Не забыли ли вы о транспортных, организационных, непредвиденных расходах (в рамках правил)?

8. Принцип Адресности

Средства должны быть направлены на прямые нужды проекта и его целевой аудитории, а не на нужды организации-заявителя в целом.

Пример: Если вы запрашиваете ноутбук, он должен быть использован строго для задач проекта (монтаж видео с мероприятий, ведение соцсетей), а не для общих нужд школы.

Практическая таблица для формирования статей бюджета

№	Статья расходов	Количество	Стоимость за ед. (руб.)	Общая сумма (руб.)	Обоснование (привязка к мероприятиям/задачам)
1	Полиграфическая продукция			15 000	
1.1	Буклеты о проекте	300 шт.	30	9 000	Для раздачи на 3-х презентациях проекта (по 100 шт. на каждой)
1.2	Сертификаты участникам	50 шт.	120	6 000	Для награждения волонтеров по итогам проекта
2	Аренда оборудования			20 000	
2.1	Звуковая система	3 дня	5 000	15 000	Для проведения финального фестиваля на городской площади
2.2	Фотоаппарат	10 дней	500	5 000	Для фотосъемки в период проведения мастер-классов
3	Расходные материалы			8 000	
3.1	Канцтовары (наборы)	50 шт.	160	8 000	Для участников образовательного интенсива (блокнот, ручка, папка)
...
ИТОГО к финансированию:				150 000	

Алгоритм действий для формирования бюджета:

Составьте детальный календарный план (мероприятия, даты, участники).

Сформируйте список всех необходимых ресурсов для каждого мероприятия.

Разделите ресурсы на те, что у вас уже есть (софинансирование), и те, что нужно приобрести (запрашиваемый грант).

Для каждой позиции запрашиваемого гранта найдите рыночные цены, определите количество.

Заполните таблицу бюджета с обязательной колонкой «Обоснование».

Проверьте на соответствие правилам грантодателя, реалистичность и полноту.

Рассчитайте общую сумму и убедитесь, что она адекватна масштабу проекта.

Лайфхаки для социально-значимых проектов:

Используйте упрощённые статьи: Канцелярия, полиграфия, расходные материалы, призы участникам.

Делайте акцент на софинансирование: Бесплатное помещение школы, работа педагогов-наставников, помощь родителей-волонтёров.

Будьте скромнее в запросах: Для первого проекта лучше запросить 50-150 тыс. руб. на конкретный, понятный результат, чем 500 тыс. на масштабную, но размытую идею.

Консультируйтесь: Покажите бюджет школьному экономисту или бухгалтеру на предмет реалистичности.

Ключевой вывод: Идеальный бюджет гранта – это прозрачный, обоснованный и экономически эффективный план, который доказывает, что каждый рубль будет потрачен с максимальной пользой для решения социальной проблемы.

8. Механизм формирования плана мероприятий для социально значимого проекта

План мероприятий – это дорожная карта вашего проекта. Он показывает эксперту и команде не только ЧТО делать, но и КАК, КОГДА и КТО будет это делать. Вот пошаговый механизм его создания.

Принципы эффективного плана мероприятий:

Логичность: Каждое мероприятие вытекает из конкретной задачи проекта.

Конкретность: Чётко описаны форма, содержание и результат каждого действия.

Измеримость: У каждого мероприятия есть понятный индикатор выполнения.

Реалистичность: Учтены сроки, ресурсы и возможности команды.

Наглядность: План удобен для отслеживания (таблицы, диаграммы Ганта).

Пошаговый механизм формирования

ШАГ 1: Исходная точка – Иерархия целей

Прежде чем планировать мероприятия, убедитесь, что у вас есть чёткая цепочка:

Глобальная проблема → Цель проекта (SMART) → Задачи (3-5 ключевых блоков)

Пример для проекта «Экологическая грамотность»:

Проблема: Низкий уровень практических навыков раздельного сбора отходов (PCO) у школьников.

Цель: Сформировать практические навыки PCO у 150 обучающихся 5-7 классов школы №12 к 1 июня 2025 г.

Задачи:

Повысить уровень информированности о принципах PCO.

Обеспечить практическую отработку навыков.

Создать инфраструктуру для PCO в школе.

ШАГ 2: От задачи – к мероприятиям (Декомпозиция)

Для каждой задачи задайте вопрос: «Какие конкретные шаги (действия) приведут к её выполнению?» Каждый шаг – это отдельное мероприятие.

Правило формулировки мероприятия: Глагол + объект + (по необходимости) детализация.

На примере Задачи 1 («Повысить информированность»):

Мероприятие 1.1: Разработать методический пакет (презентация, сценарий урока, викторина) по теме PCO.

Мероприятие 1.2: Провести вводный урок-презентацию проекта для всех классов-участников.

Мероприятие 1.3: Организовать школьный конкурс плакатов «Чистая школа».

Мероприятие 1.4: Запустить и вести тематическую рубрику в школьной группе ВКонтакте.

ШАГ 3: Детализация каждого мероприятия (5 ключевых параметров)

Опишите каждое мероприятие по следующей схеме:

Название: Кратко и понятно.

Содержание (формат и краткое описание): Что будет происходить? (лекция, мастер-класс, субботник, конкурс, создание арт-объекта).

Целевая аудитория и охват: Кто будет участвовать? Сколько человек?

Даты и сроки: Период подготовки и точная/ориентировочная дата проведения.

Ответственные: Конкретный член команды (или несколько).

Необходимые ресурсы: Что нужно для проведения? (материалы, оборудование, помещение, партнёры).

Ожидаемый результат (индикатор выполнения): Как мы поймём, что мероприятие успешно проведено? (проведён 1 урок для 50 чел., опубликовано 5 постов, собрано 100 кг макулатуры).

ШАГ 4: Визуализация плана (Создание календарно-тематического плана)

Сведите все данные в единую таблицу. Это главный документ для управления проектом.

Формат таблицы (Календарно-тематический план):

№	Задача проекта	Название мероприятия	Сроки (период/дата)	Ответственный	Целевая аудитория и охват	Краткое содержание	Индикатор выполнения	Примечания (ресурсы, партнёры)
1.1	Задача 1: Повысить информированность	Разработка методического пакета	01.02 - 10.02.2025	Иванов А. (Координатор)	Команда проекта	Создание презентации, сценария урока, макетов раздаток	Пакет материалов утверждён наставником	Использование школьного ноутбука
1.2		Вводный урок-презентация	15.02.2025	Петрова Б. (ведущий) + Иванов А.	5А, 5Б классы (50 чел.)	Интерактивный урок с викториной и показом ролика	Проведено 2 урока, роздано 50 памяток	Кабинет №34, проектор
2.1	Задача 2: Отработка навыков	Мастер-класс «Сортировка за 5 минут»	01.03.2025	Сидоров В. (Эксперт)	Учащиеся 6-х классов (60 чел.)	Практическое занятие с разными видами отходов	Проведено 2 сессии по 30 чел., использовано 10 наборов-тренажёров	Спортивный зал, закупленные тренажёры
...				

Альтернатива: Диаграмма Ганта

Для более сложных или длительных проектов используйте диаграмму Ганта (можно создать в Google Sheets, Excel или специальных сервисах типа GanttPRO). Она наглядно показывает продолжительность и параллельность задач.

ШАГ 5: Интеграция с другими разделами заявки

План мероприятий не должен существовать отдельно. Он напрямую связан с:

Бюджетом: Каждому мероприятию соответствуют свои статьи расходов (канцтовары для мастер-класса, аренда оборудования для фестиваля).

Командой: У каждого мероприятия есть ответственные.

Ожидаемыми результатами: Сумма индикаторов мероприятий даёт общие количественные показатели проекта.

Календарём: Даты должны быть реалистичными и не противоречить друг другу.

Контрольный список для проверки плана

Полнота: План покрывает все задачи проекта? Нет ли пробелов?

Логика: Можно ли проследить чёткую связь: Проблема → Цель → Задача → Мероприятие?

Реалистичность сроков: Учтены ли время на подготовку, школьные каникулы, экзамены, праздники?

Баланс нагрузки: Равномерно ли распределены мероприятия по времени? Не получился ли «завал» в один месяц?

Измеримость: Для каждого мероприятия есть понятный и проверяемый индикатор?

Ресурсное обеспечение: Для каждого мероприятия указаны или понятны необходимые ресурсы?

Ответственность: За каждое мероприятие отвечает конкретный человек.

Ясность: Сможет ли человек, не знакомый с проектом, понять из плана, что будет происходить?

Пример плохого мероприятия: «Работа с молодёжью» (размыто, не измеримо, не привязано к задаче).

Пример хорошего мероприятия: «Проведение серии из 4 игровых тренингов по командообразованию для 20 участников школьного актива (даты)».

Шаблон для быстрого старта (для школьного проекта):

Проект: «[Название]»

Сроки реализации: с [дата] по [дата]

Что делаем? (Мероприятие)	Для чего? (Задача)	Когда?	Кто отвечает?	Как поймём, что получилось?
1. Создаем группу проекта ВК	Информирование	1-я неделя	Саша Петров	Группа создана, 100+ подписчиков
2. Проводим опрос среди учеников	Исследование проблемы	2-я неделя	Мария Иванова	Опрошено 150 чел., данные обработаны
3. Мастер-класс	Образование	4-я	Приглашённый	30 участников,

Что делаем? (Мероприятие)	Для чего? (Задача)	Когда?	Кто отвечает?	Как поймём, что получилось?
«Первая помощь»		неделя	врач + команда	фотоотчёт, тест
4. Флешмоб в школьном дворе	Привлечение внимания	6-я неделя	Вся команда	50+ участников, публикация в местной газете
5. Подведение итогов, награждение	Завершение, мотивация	8-я неделя	Руководитель	Проведена церемония, вручено 15 благодарностей

Итог: Сильный план мероприятий превращает абстрактную идею в понятный, выполнимый и контролируемый алгоритм действий. Он даёт эксперту уверенность, что вы сможете реализовать задуманное, а команде – чёткое руководство к действию.

9. Принципы формирования команды и распределения ролей в социальном проекте

Команда – главный ресурс вашего проекта. От её состава и слаженности зависит 80% успеха. Вот системные принципы формирования эффективной команды для социального проекта.

Принципы формирования команды:

1. Принцип Целесообразности и Достаточности

Команда должна быть ровно такого размера и состава, который необходим для реализации проекта, но не больше.

Оптимальный размер: 3-7 человек (идеально 5). Слишком маленькая команда перегружена, слишком большая – неуправляема.

Как применить: Составьте список всех необходимых функций (см. Часть 2). Каждый член команды должен иметь чёткую зону ответственности.

2. Принцип Компетентного Подхода

В команду включаются люди, обладающие конкретными знаниями, навыками и опытом, релевантными проекту.

Ключевые компетенции для социального проекта:

Управление: планирование, контроль сроков и бюджета.

Коммуникация: ведение соцсетей, работа со СМИ, переговоры с партнёрами.

Экспертиза по теме: знание экологии, психологии, истории (в зависимости от номинации).

Организация мероприятий: логистика, работа с участниками.

Творчество/дизайн: создание контента, оформление.

Как применить: Проведите аудит навыков среди потенциальных участников.

3. Принцип Добровольности и Мотивированности

Участники должны разделять ценности проекта и вкладываться в него по внутреннему убеждению, а не по принуждению.

Как применить: На старте проведите встречу, где честно обсудите цели проекта, нагрузку, ожидания. Убедитесь, что все понимают и принимают правила игры.

4. Принцип Включённости Целевой Аудитории (Краеугольный!)

В идеале в команде или среди наставников должны быть представители той группы, для которой делается проект.

Зачем: Это гарантирует, что проект решает реальные, а не надуманные проблемы.

Пример: В проекте по адаптации детей с ОВЗ в команду стоит включить родителей такого ребёнка или педагога коррекционного класса.

5. Принцип Баланса «Энтузиазм/Опыт»

Идеальная команда сочетает энергию молодых активистов (14-18 лет) и мудрость взрослых наставников.

Роли:

Молодёжь (основа команды): Генерация идей, энергия, digital-навыки, непосредственная реализация.

Наставники (педагоги, эксперты): Контроль качества, административный ресурс, связи, экспертиза, менторство.

Как применить: Обязательно включите в заявку 1-2 наставников (формально или неформально).

6. Принцип Психологической Совместимости

Люди должны уметь работать друг с другом. Конфликты и неумение договариваться – главные риски для проекта.

Как применить: Перед финальным утверждением состава дайте команде небольшое пробное задание (например, подготовить мини-презентацию идеи). Посмотрите, как они взаимодействуют.

Принципы распределения ролей

Роль – это не просто «красивое название». Это пакет конкретных функций, ответственности и полномочий.

1. Принцип Чёткости и Бесперекрываемости Ролей

У каждого члена команды должна быть своя, чётко очерченная зона ответственности. Пересечение функций ведёт к конфликтам и «пробелам».

Как применить: Используйте таблицу RACI (см. ниже).

2. Принцип Соответствия Роли Компетенциям и Интересам

Роль должна «прийти» к человеку, а не человек к роли. Распределяйте роли, исходя из сильных сторон участников.

Вопрос для распределения: «Что у тебя лучше всего получается и что тебе интереснее всего делать?»

3. Принцип Единоначалия и Коллегиальности

Руководитель несёт конечную ответственность и принимает решения, но ключевые вопросы решаются командой.

Как применить: Заранее определите, какие решения принимает руководитель единолично (например, экстренные), а какие — после обсуждения на планерке (изменение даты мероприятия, выбор дизайна).

4. Принцип «Один человек – одна ключевая роль»

Не стоит назначать одного человека и руководителем, и бухгалтером, и SMM-щиком. Это ведёт к выгоранию и снижению качества.

Практический инструмент: матрица распределения ролей и ответственностей (RACI)

Это профессиональный инструмент управления проектами. Адаптируем его для школьного проекта.

RACI-матрица для проекта «Школьный Эко1-Фестиваль»:

Задача / Мероприятие	Руководитель (Иванов А.)	Координатор (Петрова Б.)	SMM-менеджер (Сидоров В.)	Дизайнер (Кузнецова Г.)	Наставник (Учитель биологии)
Разработка концепции фестиваля	A/R	I	I	I	C
Переговоры с администрацией	I	A/R	-	-	C
Ведение группы ВК	I	C	A/R	I	-
Создание макетов афиш	-	C	I	A/R	I
Организация площадки в день X	C	A/R	I	I	C
Сбор отчётности	A/R	I	I	I	C

Легенда:

R (Responsible) – Ответственный за выполнение: Тот, кто делает работу.

A (Accountable) – Подотчётный/Утверждающий: Тот, кто несёт конечную ответственность, принимает решение. На одну задачу может быть только один «А»!

C (Consulted) – Консультант: Тот, у кого берут совет перед решением/действием.

I (Informed) – Информированный: Тот, кого ставят в известность о результате.

ТИПОВЫЕ РОЛИ В КОМАНДЕ ШКОЛЬНОГО ПРОЕКТА (ШАБЛОН)

Роль	Ключевые функции (Что делает?)	Идеальный кандидат
1. Руководитель проекта	Общее управление, контроль сроков и бюджета, связь с грантодателем и наставниками, итоговая отчётность.	Ответственный, стрессоустойчивый, хороший организатор.
2. Координатор / Логист	Организация мероприятий: бронирование площадок, закупки, логистика, работа с волонтерами на событиях.	Внимательный к деталям, практичный, решатель проблем.
3. Коммуникатор (PR/SMM)	Ведение соцсетей, написание новостей, работа со СМИ, общение с партнёрами по контенту.	Активный пользователь соцсетей, грамотный, общительный.
4. Контент-менеджер / Дизайнер	Создание визуального контента: афиши, презентации, ролики, оформление отчётов.	Творческий, с навыками в Canva, Photoshop, монтажа видео.
5. Специалист по работе с ЦА	Непосредственный контакт с участниками: проведение опросов, регистрация, обратная связь.	Эмпатичный, доброжелательный, хороший собеседник.
6. Наставник (Взрослый)	Консультации, помощь в решении административных вопросов, экспертиза, связи.	Педагог, представитель партнёрской организации, опытный активист.

ЧЕК-ЛИСТ: КОМАНДА СФОРМИРОВАНА ПРАВИЛЬНО, ЕСЛИ:

- Каждый участник понимает общую цель проекта и свою личную роль в её достижении.
- За каждую ключевую функцию (управление, коммуникации, организация, контент) отвечает конкретный человек.
- Состав команды сбалансирован: есть и генераторы идей, и исполнители.
- В команде или рядом с ней есть наставник/эксперт по теме проекта.
- Есть контакты всех участников и налажены каналы оперативной связи (например, чат в МАХ).
- Проведена стартовая встреча, где утверждены роли и план.

- Все участники ознакомлены с дедлайнами и готовы нести ответственность.

- В команде царит атмосфера взаимного уважения и открытости для обратной связи.

Практический совет: Распределение ролей – не приговор. В небольшой команде люди могут помогать друг другу и временно брать на себя смежные функции. Главное – чтобы в критических точках проекта было абсолютно ясно, кто за что отвечает. Это избавит от хаоса и спасёт проект в момент цейтнота.

10. Как работать с оператором грантовых конкурсов

Практические шаги:

1. Определите «своего» оператора:

По возрасту и статусу (школьник → Росмолодёжь.Вектор / Большая перемена; студент → Росмолодёжь.Гранты / Твой Ход; НКО → Фонд президентских грантов).

По тематике (экология → профильные фонды; культура → Министерство культуры).

По географии (локальный проект → муниципальный или региональный оператор).

2. Тщательно изучите сайт оператора:

Найдите раздел «Конкурсы» / «Гранты» / «Поддержка проектов».

3. Внимательно читайте:

Положение о конкурсе.

Методические рекомендации (у каждого оператора свои рекомендации).

Календарь заявок и сроки.

Отчётные формы и требования.

4. Настройте информационную подписку:

Подпишитесь на новости операторов в Telegram, ВКонтакте, МАХ, рассылку по email.

5. Следите за агрегаторами (например, «Теплица социальных технологий»).

6. Готовьте заявку строго под требования оператора:

Каждый оператор имеет свою систему оценки, приоритеты и бюджетные ограничения. Универсальной заявки не существует.

7. Установите контакт:

У большинства операторов есть консультационные линии, онлайн-вебинары, региональные представительства. Не стесняйтесь задавать уточняющие вопросы до подачи заявки.

8. Обязательно пройти обучение по заполнению конкурсной документации на сайте оператора конкурса.

Ключевой вывод: Успех в получении гранта зависит не только от качества проекта, но и от точного выбора оператора, чьи приоритеты и правила максимально совпадают с вашей идеей.

Операторы грантовых конкурсов

Наименование конкурса	Всероссийский оператор	Участник конкурса	Ссылка на информационный ресурс оператора конкурса
Всероссийский конкурс молодежных проектов среди физических лиц «Росмолодежь гранты»	Федеральное агентство по делам молодежи	Физические лица в возрасте от 14 до 35 лет	https://fadm.gov.ru/directions/grant/
Всероссийский конкурс молодежных проектов среди физических лиц «Росмолодежь гранты 2 сезон»	Федеральное агентство по делам молодежи	Физические лица в возрасте от 14 до 35 лет	https://fadm.gov.ru/directions/grant/
Всероссийский конкурс молодежных проектов среди образовательных организаций высшего образования в 20__ году	Федеральное агентство по делам молодежи	Образовательные профессиональные организации высшего образования	https://myrosmol.ru/
Росмолодёжь.Гранты «Двигай сообщества»	Федеральное агентство по делам молодежи	Образовательные профессиональные организации среднего профессионального образования	https://fadm.gov.ru/directions/grant/?ysclid=lttvw3x9yp849464560
Конкурс президентских грантов (проводится 2 раза в год)	Фонд президентских грантов (ФПГ)	Некоммерческие организации	https://президентскиегранты.рф/
Конкурс Президентского фонда культурных инициатив (проводится 2 раза в год)	Президентский фонд культурных инициатив	Некоммерческие организации; Коммерческие организации; Индивидуальные предприниматели	https://фондкультурныхинициатив.рф/grants
Конкурс на предоставление грантов Президента Российской Федерации на реализацию экологических и природоохранных проектов в 2026 году (проводится 2 раза в год)	Президентский фонд природы	Некоммерческие неправительственные организации; Учреждения; Физические лица от 18 лет	https://президентскийфондприроды.рф/
Гранты Первых	Общероссийское общественно-государственное	Некоммерческие организации; Коммерческие	https://будьдвижени.рф/grants/

(проводится 3 раза в год)			4D9C01E9942C&stage1=1&stage2=1&stage3=1&stage4=1
Конкурс инициатив родительских сообществ в 2025-2026 учебном году (проводится 2 раза в год)	Российское общество Знание	Образовательных организаций	https://roditeli.znanierrussia.ru/
Конкурсы для поддержки проектов НКО	Агентство социальной информации	Некоммерческие организации (смотреть условия положений)	https://asi.org.ru/work/konkursydlynko/
Конкурсы Фонда Тимченко	Фонд Тимченко	Некоммерческие организации (смотреть условия положений)	https://fondtimchenko.ru/

Рекомендации по подготовке заявочных документов на конкурсные площадки по грантовой поддержке / Сост. А.В.Фролова – Благовещенск, 2025. – 38 с.

Автор-составитель: Фролова Анастасия Владимировна

Общая редакция: Корнеева А.Б., ГАУ ДПО «Амурский областной институт развития образования»