

Методические рекомендации по заполнению грантовой заявки

Информация, указанная в заявке, будет размещена на портале <https://nn-creative.ru/> и будет доступна для всех посетителей сайта и средств массовой информации. Это может повлечь за собой тиражирование информации о проекте без соответствующего уведомления автора проекта. Подавая заявку на модерацию, вы автоматически подписываете «Соглашение об условиях размещения информации, изображений, объектов авторского права и иных результатов интеллектуальной деятельности».

Общие рекомендации по заполнению заявки

1. Следует ёмко и конкретно формулировать суть проекта, желательно избегать общих фраз при заполнении каждого блока заявки. Из заявки должна быть чётко понятна суть проекта и то, на что запрашивается финансирование.
2. Следует внимательно проверять заполнение всех полей, в том числе на предмет корректности отражения идеи проекта, отсутствия грамматических, орфографических и пунктуационных ошибок. По указанным сведениям эксперты и посетители сайта будут судить о содержании проекта и деятельности, на которую запрашивается грант.
3. Перед подачей заявки необходимо проверить, насколько введённая информация соответствует условиям грантового конкурса.

Рекомендации по заполнению каждого поля заявки Блок «О проекте»

1. Кто будет выступать грантополучателем?

Необходимо изначально определиться, какая организация или физическое лицо будет выступать грантополучателем. От этого зависит максимальный объём выделяемого финансирования, а также дальнейшие разделы заявки.

1. Действующие культурные институции. Организационно-правовые формы, ведущие деятельность, не менее 3 лет. Запрашиваемая сумма финансирования — до 4 млн руб.
2. Начинающие специалисты:
 - физлица, самозанятые — до 200 000 руб.
 - организационно-правовые формы, ведущие деятельность, не менее одного года. Запрашиваемая сумма финансирования — до 500 000 руб.

Учитывайте, что юридическое лицо (в том числе ИП), выступающее в качестве грантополучателя, должно соответствовать следующим критериям:

- **не** находиться в процессе реорганизации, ликвидации, банкротства;
- **не** иметь задолженности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах;
- **не** иметь задолженности по возврату в бюджет Нижегородской области субсидий, бюджетных инвестиций и иной просроченной задолженности перед областным бюджетом.

Физическое лицо должно:

- достигнуть возраста 18 лет;
- иметь наличие гражданской дееспособности в полном объёме;
- иметь регистрацию места жительства на территории Нижегородской области;
- **не** иметь задолженности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах;
- **не** иметь решения суда о признании банкротом и не находиться в состоянии реструктуризации долгов;
- **не** иметь неснятой или непогашенной судимости.

2. Направление

Необходимо выбрать наиболее подходящее направление деятельности проекта.

3. Обложка проекта

Следует загрузить изображение, отражающее суть вашего проекта или передающее его настроение, атмосферу. Не используйте изображения плохого качества, с текстом или водяными знаками.

4. Название проекта

Написание названия должно быть:

- без кавычек;
- с заглавной буквы.

Рекомендуем выбирать лаконичное, уникальное название, отражающее суть проекта. Постарайтесь подобрать такое название, чтобы оно вызвало ассоциации или эмоции у людей. Старайтесь не использовать аббревиатуры, не заносить описание проекта в его название, избегайте длинных слов и словосочетаний.

Внимательно проверьте, чтобы в названии проекта не было орфографических и пунктуационных ошибок.

5. Краткое описание проекта

Рекомендуем включить в краткое описание:

- описание основной идеи проекта;
- описание механизма реализации проекта;
- указание целевой аудитории;
- наиболее значимые ожидаемые результаты.

Развёрнутое описание вы можете занести в презентацию проекта (*презентация проекта доступна к загрузке в конце 1-го раздела заявки «О проекте»*).

6. Целевая аудитория проекта

Укажите одну или несколько целевых групп — людей, на решение проблемы или повышение возможности которых направлен проект. Включите в формулировку точное описание аудитории. Например, возраст, социальное положение, интересы, территорию проживания. Зачастую основная целевая группа в проекте одна, она должна быть обозначена максимально конкретно.

Не старайтесь сделать много или слишком широкие целевые группы, это усложнит понимание проекта и обоснование его актуальности.

Пример правильной формулировки целевой аудитории:

Учащиеся 10-11 классов всех школ Ленинского района Нижнего Новгорода, заинтересованные в изучении индустрии туризма или желающие получить высшее образование в этой сфере.

Пример размытой, некорректной формулировки целевой аудитории:

Школьники Нижнего Новгорода.

Во время оценки заявок эксперты проверяют, для всех ли целевых групп показана актуальность, обоснованы проблемы, обозначены цели, запланированы мероприятия в календарном плане и указаны ожидаемые результаты от реализации проекта. Прописывайте эти блоки для каждой целевой группы, чтобы спроектировать более целостный проект и написать по нему более сильную заявку.

7. Актуальность проекта для целевых аудиторий

Актуальность строится на выявлении проблем или возможностей целевой аудитории проекта, а также на основании трендов и потребностей рынка.

Выявите проблему или потребность — неудовлетворительное состояние жизни целевой группы, отсутствие или недостаток чего-либо. Опишите, что сейчас не устраивает конкретную целевую группу и каковы причины существования этой проблемы.

Кроме того, вы можете выявить возможности и тренды. Проанализируйте то, что сейчас популярно у выбранной целевой группы, какие направления деятельности наиболее перспективны. Изучите и опишите объём спроса и предложения вашего вида товаров/услуг на рынке Нижегородской области.

Описываемая проблема или возможность должна быть реалистичной и актуальной для выбранных целевых групп. В качестве подтверждения приведите результаты собственных или сторонних исследований, официальную статистику или цитаты из СМИ.

Если в рамках проекта вы работаете с несколькими целевыми группами, то покажите, что у этих групп есть общая проблема или возможность, либо укажите для каждой целевой группы отдельную проблему или возможность.

8. Цель проекта

Цель проекта — это решение выявленной проблемы или увеличение возможности. Формируя цель проекта, ответьте себе на вопросы: что вы делаете, для кого, в какие сроки, с каким результатом. В формулировку цели вы можете заложить наиболее важные количественные показатели вашего проекта. Обратите внимание на то, что заявленные показатели должны быть реалистичными и достижимыми к установленному сроку завершения проекта.

Мы рекомендуем формулировать только одну цель для проекта.

Пример правильной формулировки цели:

Повышение доступности получения практических знаний и навыков в сфере туризма для учащихся 10-11 классов школ Ленинского района Нижнего Новгорода, заинтересованных в изучении индустрии туризма, за счёт организации 10 выездных мастер-классов с экспертами в этой области до декабря 2024 года.

Пример слишком размытой и неконкретной формулировки целевой цели:

Организовать серию мастер-классов на тему туризма для школьников Нижнего Новгорода.

9. Задачи проекта

Задачи представляют собой конкретные этапы проекта, которые приведут к выполнению цели. Задача определяет «как» будет выполняться процесс реализации проекта. Для постановки задач вы можете использовать следующие слова: *сформулировать, подготовить, организовать, перестроить, установить порядок, разработать, провести* и др. Учитывайте, что задачи проекта должны быть направлены на устранение выявленной проблемы или повышения возможностей целевой аудитории проекта. Сформулированные задачи проекта станут основой для календарного плана.

10. Наличие социокультурных эффектов. Количественные и качественные показатели

Определите, какие позитивные изменения ожидаются от реализации проекта в жизни выбранной целевой аудитории, сфере креативных индустрий и общества в целом. Для этого вы можете отразить разницу между текущими и плановыми показателями выбранной социальной проблемы или возможности.

Количественные показатели способствуют достижению цели и задач проекта, их можно измерить цифрами.

Пример количественных показателей:

- Количество благополучателей проекта
- Количество проведённых мероприятий проекта
- Количество позитивных изменений у целевой аудитории проекта или сферы креативных индустрий
- Процент снижения влияния проблемы на целевую аудиторию проекта или сферу креативных индустрий и т. д.

Сформулируйте конкретные качественные изменения, которые произойдут в результате реализации проекта. Описывая качественные показатели, сформулируйте способы их измерения по факту реализации проекта.

Пример качественных показателей:

- Повышение качества жизни или труда целевой аудитории проекта
- Рост уровня вовлечённости целевой аудитории в сферу креативных индустрий
- Повышение влияния выбранного функционального направления на развитие креативных индустрий региона и т. д.

11. Наличие экономического эффекта. Количественные и качественные показатели

В данном разделе вы должны продемонстрировать экономически выгодный результат для региона, который будет получен после реализации проекта. Вы можете отразить как прямой, так и косвенный экономический эффект.

К прямым экономическим эффектам относят — повышение организации и, как следствие, увеличение планируемых к уплате налоговых отчислений по итогам реализации проекта за счёт:

- Повышения прибыли от реализации продуктов, услуг и интеллектуальной собственности, создаваемых участниками в ходе реализации проекта
- Минимизации затрат на фонд заработной платы юридического лица за счёт автоматизации, внедрения инновационных технологий и др.
- Минимизации затрат на материалы, снижение себестоимости выпускаемого продукта/услуги
- Уменьшения расходов на хозяйственную/рекламную деятельность.

К косвенным экономическим эффектам относят:

- Повышение качества производимого товара/услуги
- Адаптация товара/услуги под новые рынки сбыта
- Сокращение сроков на выпуск и производство продукции/услуги и т. д.
- Влияние на смежные сферы креативных индустрий
- Обеспечение ресурсно-сырьевой базы для сферы креативных индустрий и др.

Учитывайте, что все показатели, указываемые в заявке, будут оцениваться экспертами и станут основой для дальнейшего грантового договора, именно на их достижение выделяется финансирование. За неисполнение показателей грантополучатель несёт личную ответственность.

12. Смета проекта

Для заполнения сметы рекомендуем использовать шаблон, загруженный в начале заявки. Планирование бюджета лучше всего начинать после формирования календарного плана проекта, так вы сможете более чётко структурировать свой бюджет. Для удобства разделите смету на категории затрат, например, ФОТ, закупка сырья, аренда оборудования, налоги и т. д. Не забудьте отразить в смете ваше софинансирование, это не обязательно должны быть финансовые вложения в проект. Если вы обладаете командой, оборудованием или другими ресурсами, оцените это в рублях и укажите в качестве софинансирования. Например, в вашей команде 5 человек, каждый из которых будет работать над проектом в течение 3 месяцев, каждый из членов команды оценивает свою работу в 50 000 руб. (за 3 месяца работы), таким образом, софинансирование по категории ФОТ составит 250 000 руб.

Мы рекомендуем вам реализовывать финансово устойчивые проекты. Такие проекты имеют больше шансов на поддержку и самое главное — на успешную реализацию в будущем. В связи с этим заранее продумайте источники дохода и занесите их в смету. Вы можете получать доходы от продажи продуктов, услуг, интеллектуальной собственности, партнёрские средства от размещения рекламных материалов, членские взносы и др.

13. Визуальная составляющая проекта

Добавьте визуал по вашему проекту: фирменный стиль, палитру, логотип и другие сопутствующие изображения. Если в вашем проекте ещё не разработана визуальная составляющая, то загрузите примеры того, как вы видите дальнейшую упаковку бренда.

14. Партнёры проекта

Подумайте над тем, кто может выступать партнёрами проекта, кому потенциально может быть интересно участие в нём? Это могут быть как частные компании, общественные организации, так и

государственные органы и органы местного самоуправления. Если у вас уже определены партнёры и достигнуты договорённости по условиям участия в проекте, то вы можете расписать 2 блока — фактические партнёры и планируемые.

15. Информационное обеспечение проекта

Подумайте над тем, как бы вы хотели, чтобы люди узнавали о вашем проекте, как вы планируете его продвигать и популяризировать. Укажите ссылки на информационные ресурсы проекта и приведите пример 2-3 ключевых коммуникационных сообщений.

16. Перспективы развития проекта

Расскажите о том, как будет происходить дальнейшее развитие проекта. Сформируйте образ желаемого будущего. Попробуйте описать стратегию развития проекта на 3 года. Составьте верхнеуровневый план масштабирования или тиражирования проекта.

17. Сайт проекта

Укажите ссылку на сайт вашего проекта, социальные сети или другие источники, из которых можно получить дополнительную информацию.

18. Сроки реализации проекта

Укажите срок начала и окончания реализации проекта. Не забудьте заложить время для подготовительных работ, а также время для закрытия проекта.

19. Рекомендательные письма

Прикрепите рекомендательные письма от партнёров, участников и других стейкхолдеров проекта. Рекомендуем вам заранее запросить письма, так как процесс их подписания может быть длительным.

20. Видеовизитка проекта

Мы рекомендуем вам прикрепить видеовизитку. Это может быть ваш рассказ о ключевых особенностях проекта, проморолик, выпуск новостей или любые другие видеоматериалы, которые позволят получить больше информации о проекте. Это необязательный раздел заявки, но его заполнение позволит экспертам учитывать нюансы проекта при его оценке.

21. Презентация проекта

Презентация проекта служит дополнением к заявке, мы рекомендуем наглядно отразить в ней уникальную особенность вашего продукта или услуги, более детально раскрыть мероприятия проекта или ярче продемонстрировать вашу команду и её компетенции. Обращаем ваше внимание, что презентация должна дополнять заявку, а не дублировать её.

22. Календарный план

Для заполнения календарного плана рекомендуем использовать шаблон, загруженный в начале заявки. Календарный план должен привести вас к достижению цели, детализировать и расширять задачи, а также отражать важные этапы подготовки и реализации всех мероприятий проекта.

По остальным вопросам вы можете связаться с нами: тел. 8 (831) 424-78-00

E-mail: info@nizhny800.ru, komanda@nn-creative.ru