КАК ПОЛУЧИТЬ ГРАНТ, ИЛИ ПУТЬ В ТЫСЯЧУ ЛИ НАЧИНАЕТСЯ С ПЕРВОГО ШАГА

Рассказывает **Алла МИЦУРО,** заведующая отделом развития и связей с общественностью Центральной городской библиотеки г. Мурманска

Программно-проектная деятельность — одно из перспективных направлений в работе библиотек, способствующее привлечению внебюджетных средств. Она даёт дополнительную финансовую поддержку для дальнейшего развития, открывает новые возможности, позволяет внедрить инновационные формы и улучшить материально-техническую базу. А кроме того, это эффективный способ заявить о себе, повысить престиж учреждения культуры, подчеркнуть его значимость в местном сообществе.

Ресурсная поддержка проектов в виде грантов широко распространена в практике библиотек страны.

Библиотека может принять участие в грантовой деятельности:

1) как муниципальное учреждение культуры;
2) создав НКО;
3) найдя дружественную стороннюю НКО;
4) приняв участие в конкурсе для физических лиц.

Главные определения

Грант — средства, безвозмездно передаваемые дарителем (фондом, корпорацией, правительственным учреждением или частным лицом) некоммерческой организации или человеку для выполнения конкретной работы.

Заявка — письменное обращение с просьбой о выделении гранта.

Заявители — частные лица или организации, подающие заявки на грант.

Фонд — некоммерческая организация, выполняющая свою уставную деятельность ради достижения благородных целей, предоставляя гранты другим НКО или работая над своими программами. В некоторых случаях гранты могут предоставляться физическим лицам.

Учредитель фонда — физическое или юридическое лицо, учредившее фонд.

Фандрайзинг (англ. *fundraising*) — деятельность, направленная на поиск средств для осуществления проекта или программы.

НКО (некоммерческая организация) — организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками (ст. 2 Федерального закона от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»).

Крайний срок подачи (англ. *deadline*) — последняя дата приёма документов на конкурс (большинство фондов распределяют средства на основании периодических или разовых конкурсов, хотя некоторые готовы принимать заявки и рассматривать их по мере поступления).

Грантодатель — тот, кто финансирует проектную деятельность. Определение понятия «донор» шире и включает всех, кто делает какие-то пожертвования в виде грантов или субсидий. Грантополучатель — тот, кто подаёт заявку и выигрывает конкурс, то есть в нашем случае — библиотека.

Виды фондов

Государственные фонды — организации, которые используют государственные бюджетные средства для предоставления грантов. Это самые бюрократичные и требовательные доноры. Их программы помощи всегда направлены на определённый круг потенциальных получателей, а требования к оформлению заявок и отчётности здесь наиболее строги.

Частные фонды используют средства, формирующиеся в основном за счёт процентов с оборота капитала, оставленного отдельными состоятельными людьми или семьями.

Корпоративные фонды организуются фирмами для поддержки начинаний, соответствующих профилю компании. Такие фонды зависят от устойчивости и политики корпорации, поскольку существуют часто за счёт постоянных отчислений от её прибыли. Важная особенность корпоративных фондов заключается в том, что нередко они предоставляют гранты в виде продукции фирмы (неденежные гранты).

Неизвестность и риск получить отказ нередко пугают и демотивируют, особенно если речь идёт о небольших библиотеках. Однако внимательное знакомство с основами грантовой деятельности, планомерная, систематическая работа над проектами и регулярное представление их на гранты помогут сделать такую практику привычной и понятной.

Подготовительный этап

Грантовая и проектная деятельность неразрывно связаны, поскольку поддержку получают именно проекты. Начнём с азов. Что же такое проект? Существует множество определений, но для нас важно прежде всего следующее: *это мероприятие, ограниченное по времени и ресурсам и направленное на решение проблемы.* Отметим, что инициативы библиотек всегда социально ориентированы.

Можно выделить 10 требований к проекту. Он должен быть:

1) ясным, то есть изложенным просто и понятно;

2) полным — отображающим все сферы и возможности реализации инициативы;

3) целостным (каждая часть проекта должна соответствовать общему замыслу и предполагаемому результату) и ограниченным (по времени, целям и задачам, результатам, ресурсам и т. д.);

4) последовательным и логичным, то есть предполагающим поступательное развитие;

5) профессиональным — демонстрирующим компетентность авторов, понимание ими проблемы и чёткое видение методов осуществления инициативы;

6) жизнеспособным, имеющим перспективы для развития в дальнейшем;

7) обоснованным (должны присутствовать все теоретические, социологические и иные обоснования, исторические предпосылки выбора идеи, подхода к решению проблемы, оценка возможности воздействия на неё);

8) реалистичным, то есть выполнимым в обозримом будущем;

9) просчитанным (необходимо представить все финансовые и иные расчёты);

10) эмоциональным (это самое главное: если удалось задеть душу спонсора, можно смело рассчитывать на успех).

Покажите проект человеку, далёкому от библиотечной сферы и от заявленной темы. Если суть изложенного будет ему понятна, описание сделано хорошо.

Алгоритм действий

Делать проект под конкретный грант не рекомендуется, ведь опытному эксперту, который будет проверять вашу заявку, это сразу станет заметно. В идеале схема должна быть такой: у вас есть конкретная целевая аудитория — это основа проекта; цель проекта — решить проблему целевой аудитории; грант — способ получить недостающие средства для решения обозначенной проблемы.

Как нам узнать, что за проблемы имеются у аудитории? Нужно провести опрос (с охватом от 100 человек), интервьюирование, анкетирование, поработать с фокус-группой, воспользоваться данными Росстата.

Определяем результаты, которых мы хотим добиться:

➔ количественные показатели — число людей из целевой аудитории, задействованных в проекте, мероприятий и т. д.;	➔ качественные показатели — конкретные изменения, которые произойдут в ходе реализации проекта.

Если с количественными результатами обычно не возникает трудностей, то качественные определить сложнее. Разберём на конкретном примере, в чём состоят их различия.

Возьмём проект, посвящённый трудоустройству молодых инвалидов. Его авторы считают, что в данной сфере такие граждане нуждаются в помощи. *Для начала необходимо выяснить, действительно ли это так:* например, изучить официальную статистику, провести опрос среди посетителей клубов для юношей и девушек с ОВЗ.

Затем выявляем причины проблемы: почему молодые инвалиды не могут найти работу — нет навыков, профессии, не знают, чем хотят/могут заниматься, не понимают, куда обратиться. *Далее формулируем цель:* помощь молодым инвалидам в трудоустройстве.

Теперь обозначаем задачи — шаги к цели, действия, которые ведут к её достижению. В нашем примере ими могут быть:

☑ организация встреч с юристами и специалистами разных профессий;	☑ проведение занятий по профориентации;	☑ помощь в получении необходимых для работы навыков.

Качественные результаты определяются путём опросов, интервьюирования, изучения отзывов. Их можно измерить и количественными показателями. Например: 50 процентов вовлечённых в проект молодых инвалидов устроились на работу — это количественный результат; улучшилась ситуация с трудоустройством людей с ограниченными возможностями здоровья — качественный результат.

30 процентов побеседовали с психологом — улучшилось психологическое состояние; 40 процентов посетили встречи с представителями разных профессий — появились различные навыки, знания и умения.

Далее описываем проект с указанием актуальности проблемы, при этом ссылаясь на данные исследований, статистические показатели. Приводим аргументы в пользу того, что достигнутые результаты устойчиво изменят положение целевой аудитории.

Формируем команду. Она должна быть компетентной и профильной. В заявке часто просят указывать заслуги членов рабочей группы, их регалии. Нужно доказать необходимость включения каждого конкретного человека в состав команды.

Грантовая деятельность учреждения должна быть систематической и чётко организованной, только тогда она станет успешной.

Составляем календарный план мероприятий. В нём мы отталкиваемся от поставленных задач, обозначая каждую. Расписываем мероприятия (подробно, понятно для экспертов), указываем ожидаемые результаты, общее количество вовлечённых. В плане обязательно следует отметить составление отчёта для грантодателя и партнёров.

Бюджет формируется в самом конце. Это смета + календарь. Здесь необходимо провести анализ, найти самые низкие цены и приложить ссылки, по которым можно увидеть среднюю цену на товар/услугу. При подаче заявки очень важно наличие софинансирования — свои ресурсы + ресурсы партнёров, которые в обязательном порядке предоставляют письма поддержки.

Софинансирование должно составлять не менее 30 процентов от общего бюджета проекта и требует подтверждения. Сумму своих затрат посчитать легко, включив в них: стоимость аренды помещения (партнёра или своего), оплату труда волонтёров (проезд, проживание, питание). При расчёте стоимости работы сотрудников исходите из МРОТ. Бюджет нужно тщательно продумывать и обосновывать.

Требования грантодателей различаются. *Подавать заявку нужно по форме, указанной на сайте потенциального донора, в положении о конкурсе.* Перед её заполнением рекомендуем наглядно расписать для себя основные позиции и уже потом вносить информацию в заявку.

Для осуществления грантовой деятельности необходимо пройти несколько шагов. Для начала осуществляем поиск источников информации о грантовых конкурсах: в прессе, на интернет-ресурсах, в консультационных и ресурсных центрах, поддерживающих деятельность различных организаций, у потенциальных грантодателей региона и т. д.

Куда обращаться?

Информационные порталы, отражающие информацию о грантодержателях в сфере культуры:

- «Культура. Гранты России». Общероссийская база конкурсов и грантов в области культуры и искусства (http://grants.culture.ru/grants);
- сайты министерств культуры субъектов РФ;
- «Конкурсы. Гранты. Премии. Фестивали» (http://konkursgrant.ru);
- «Вестник НКО. Информационный ресурсный центр НКО» (https://vestnik- nko.ru/konkurs/rossijskie-fondy-grantodateli);
- «Агентство социальной информации» (https://www.asi.org.ru);
- «Российские грантодатели» (http://www.pgsga.ru/research/grant/details/rus_fund.php);
- «Список грантообразующих фондов» (http://www.rsci.ru/allFonds.html).

Далее определяем грантодателей. *Факторы, влияющие на выбор потенциальных доноров:*

1) география. Большинство фондов и других источников финансирования ограничивают свою деятельность определёнными частями света, регионами, странами, областями или районами;

2) тематика. Благотворительная организация финансирует проекты строго определённой тематики;

3) тип поддержки. Фонды часто обозначают лишь те типы работ (мероприятий), которые они готовы финансировать (поездки, приобретение оборудования, услуги консультантов, капитальное строительство и т. д.);

4) типы получателей грантов. Различные источники финансирования и программы, как правило, ограничивают тип получателей грантов: например, предоставляют помощь только некоммерческим организациям, не являющимся муниципальными учреждениями.

Обязательно подпишитесь на рассылки фондов и порталов. Тогда вы всегда будете в курсе всех новых конкурсов, сроков подачи заявок и другой актуальной информации.

Информация о географических, тематических и других ограничениях, которые накладывает фонд, являющийся источником финансирования, обычно доступна и присутствует в описании деятельности грантодателя. Отсюда твёрдое правило: ваша заявка не проходит по критериям — не обращайтесь к этому донору, не теряйте зря время и силы.

Президентские гранты — особый вид бюджетных грантов. С 2017 г. сайт https://президентскиегранты.рф является единым оператором по распределению соответствующих средств. Двенадцать направлений, 100-балльная система. Фонд проводит конкурсы и по их результатам предоставляет гранты некоммерческим организациям на реализацию социальных проектов. Вся информация изложена на ука-

занном сайте. Во многих конкурсах подчёркивается необходимость или желательность софинансирования или привлечения дополнительных денежных ресурсов. Диапазон выделяемых средств очень широкий (от 100 000 до десятков миллионов рублей), размеры индивидуальных грантов также варьируются (от 5000 до 1 млн рублей). Фонд принимает проекты на конкурс два раза в год.

Президентский фонд культурных инициатив (https://фондкультурныхинициатив.рф). Участвовать в конкурсе могут НКО (за исключением государственных учреждений, государственных корпораций, государственных компаний и политических партий), коммерческие организации, индивидуальные предприниматели, муниципальные учреждения и предприятия (за исключением муниципальных казённых учреждений).

Типы проектов для участия в конкурсе:

- ☑ в области культуры и академического (классического) искусства;
- ☑ межотраслевые, сетевые культурные, кросскультурные;
- ☑ предусматривающие вручение премий, проведение фестивалей, форумов в области культуры, искусства и креативных индустрий;
- ☑ по выявлению и поддержке молодых талантов в области культуры, искусства и креативных индустрий;
- ☑ стартапы в области культуры, искусства и креативных индустрий;
- ☑ проекты в области современной популярной культуры;
- ☑ образовательные и наставнические проекты в области культуры, искусства и креативных индустрий (включая цифровые технологии);
- ☑ проекты креативных индустрий, в том числе в области литературы и издательского дела, дизайна, моды, музыки и саунд-дизайна, архитектуры и урбанистики, новых медиа, мультимедиатехнологий, кино, театра, игр, создания и развития инфраструктуры креативных индустрий.

Проекты, представленные заявителями на конкурс, должны соответствовать одному из тематических направлений.

Росмолодёжь (fadm.gov.ru). Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь) — федеральный орган исполнительной власти, координатор в сфере молодёжной политики, создающий среду с равными условиями для самореализации. Одно из основных направлений деятельности — грантовая поддержка. Цели: вовлечь юношей и девушек в творческую деятельность и социальную практику, повысить гражданскую активность, создать эффективную систему социальных лифтов. Принять участие в конкурсе могут физические лица и НКО. В рамках грантовой поддержки проходят: Всероссийский конкурс молодёжных проектов среди вузов, конкурс молодёжных проектов Северо-Кавказского федерального округа, Всероссийский конкурс молодёжных проектов среди физических лиц, конкурс НКО по патриотическому воспитанию.

! Обратите особое внимание на конкурсы и гранты губернаторов субъектов РФ, региональных министерств.

Семь мифов

При написании проекта чаще всего возникают такие заблуждения.

1. Фонд только и ждёт, чтобы озолотить меня.

Реальность: соискание требует активности. Само это слово указывает на необходимость поиска, отслеживания, а не пассивного ожидания того, что кто-то придёт и даст вам денег. Поэтому не сидите сложа руки. Если вы не найдёте подходящий фонд первыми, это за вас сделают другие.

Правило: активно ищите возможности, если не хотите проиграть.

2. Чем больше денег я попрошу, тем больше мне дадут.

Реальность: чем значительнее бюджет проекта, тем сложнее получить деньги. На большие суммы могут рассчитывать лишь известные и проверенные временем организации с внушительным списком успешно реализованных инициатив. Если вы представляете молодую организацию, начните с малого. Но если идея проекта не оправдывает запрошенных денег, может случиться и так, что фонду даже очень скромные потребности покажутся завышенными.

Правило: любой спонсор должен получить отдачу от вложенных средств.

3. Получив грант от фонда, я обеспечиваю себе поддержку от него в будущем.

Реальность: ни один грант не может быть гарантией автоматического получения нового финансирования от того же фонда. В ваших интересах показать очередному донору, что у вас имеется уже целая сеть финансовых источников, с помощью которой вы сможете сколь угодно долго осуществлять свой проект. Приоритетные направления фондов меняются очень часто.

Правило: не связывайте ни с одним источником надежд на пожизненное финансирование.

4. Деньги в кармане — я им хозяин и ни перед кем не должен отчитываться.

Реальность: фонд заключает договор с организацией, которая берётся осуществить проект, соответствующий его потребностям (интересам, приоритетам). Этот документ юридически связывает вас и донора. По контракту вы обязаны вовремя предоставлять грантодателю всю документацию — отчёты, сообщения об изменениях в программе и т. д.

Правило: грант накладывает на вас прежде всего обязательства.

5. Солгав и представив свою организацию в более выгодном свете, чем есть на самом деле, я добьюсь успеха.

Реальность: стремление приукрасить ситуацию вряд ли может помочь. Плодотворность ваших отношений с фондом зави-

сит в основном от того, насколько вы доверяете друг другу. Если вскроется ложь, вы не только испортите репутацию своей организации, но и, скорее всего, должны будете вернуть вложенные деньги.

Правило: честность — лучшая тактика.

6. Свои задачи и действия я должен полностью подчинить интересам фонда.

Реальность: некоторые соискатели убеждены, что их шансы будут выше, если ориентиром для них будут в первую очередь цели донора и только потом — собственные устремления. Возьмите курс на равноправное сотрудничество. Определите свои потребности и попытайтесь сблизить их с приоритетами фонда.

Правило: вы не можете выбирать направление ветра, но у вас получится управлять парусами.

7. Отказ — подлинная катастрофа.

Реальность: в этой игре у вас очень много соперников. Обычно только 10–30 процентов всех соискателей получают положительный ответ. Если вы не выиграли конкурс, отнеситесь к данному обстоятельству как к хорошему уроку — и попробуйте снова! Выясните у донора, почему он не взялся финансировать вашу идею, и никогда не отказывайтесь от следующих попыток.

Правило: если вас постигла неудача, учитесь на своих ошибках и пробуйте снова и снова!

Факторы успеха

Для того чтобы проект стал успешным, нужно учитывать:

1) личностный фактор руководителя, потенциал, профессионализм и слаженность работы его команды;

2) контекст и социокультурные особенности конкретной территории;

3) востребованность результатов проекта в регионе;

4) интересы целевой аудитории, потенциал к её расширению и способы вовлечения;

5) устойчивые партнёрские связи;

6) наличие ресурсов для развития;

7) необходимость чёткого плана реализации инициативы.

Смотрите примеры успешных инициатив в списке 100 лучших проектов Фонда президентских грантов на сайте https://топ.гранты.рф.

Удачи в конкурсах! ■