



Ресурсный центр
поддержки НКО
«ВМЕСТЕ»



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ

ПФКИ 2026: ИЗМЕНЕНИЯ В РЕКОМЕНДАЦИЯХ ПО ОЦЕНКЕ ЗАЯВОК

Сравнительный анализ*:
конкурс №1 (26_1) и конкурс №2 (26_2)

Утверждено: 26_1 – 4 июля 2025 г. 26_2 – 23 декабря 2025 г.

*материалы вебинара не являются официальными
рекомендациями ПФКИ



Спикер

АЛЕКСЕЙ МОКЕЕВ

- ◆ Директор Института социальных инноваций и трансфера технологий
- ◆ Магистр прикладной информатики
- ◆ Автор курса «Искусственный интеллект в образовании» (УрФУ)

rescentr47.ru

проектныйэкспресс.рф

@sonko_vmeste

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ И КАК УСТРОЕНА ЭКСПЕРТИЗА

1. Актуальность и общественная значимость
2. Соответствие творческой концепции тематикам ПФКИ
3. Логическая связность и реализуемость проекта
4. Уникальность творческой концепции проекта
5. Реалистичность бюджета проекта
6. Масштаб реализации проекта
7. Объем собственного вклада / привлекаемых ресурсов
8. Значимость и успешность опыта заявителя по соответствующему направлению деятельности
9. Соответствие опыта и компетенций команды деятельности и масштабу
10. Партнерская поддержка проекта

10 КРИТЕРИЕВ ОТ 0 ДО 10 БАЛЛОВ

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ И КОЭФФИЦИЕНТЫ ИХ ЗНАЧИМОСТИ

№	Критерии оценки заявок на участие в конкурсе	Коэффициенты значимости для заявок с запрашиваемой суммой			
		< 700 тыс р.	0.7 – 7 млн р.	7 – 20 млн р.	> 20 млн р.
1	Актуальность и общественная значимость проекта	1	1,5	1,5	2
2	Соответствие творческой концепции проекта тематическим направлениям	1,5	1	0,5	0
3	Логическая связность и реализуемость проекта	1	1	1	1
4	Уникальность творческой концепции проекта	1	1,5	1,5	2
5	Реалистичность бюджета проекта	1,5	1,5	1,5	1,5
6	Масштаб реализации проекта	0	0,5	0,5	0,5
7	Объем собственного вклада (привлекаемых ресурсов)	0,5	0,5	0,5	0,5
8	Значимость и успешность опыта заявителя по соответствующему направлению деятельности	0,5	0,5	0,5	0,5
9	Соответствие опыта и компетенций команды проекта планируемой деятельности и ее масштабу	1	1	1,5	1,5
10	Партнерская поддержка проекта	2	1	1	0,5

НЕОФИЦИАЛЬНАЯ ГРУППИРОВКА КРИТЕРИЕВ НА СЛОЖНЫЕ И ПРОСТЫЕ (ПО ОБЪЕМУ РЕКОМЕНДАЦИЙ И СОДЕРЖАТЕЛЬНОЙ НАГРУЗКЕ)

«СЛОЖНЫЕ» КРИТЕРИИ

К этим критериям относятся те, которые требуют развернутой оценки множества аспектов, анализа качественных и количественных данных

Критерий №1: Актуальность и общественная значимость проекта

- Требуется анализ проблемы, аргументация ее значимости для целевой аудитории и территории.
- Задействует комплекс доказательств (документы, отзывы, исследования).

Критерий №2: Соответствие творческой концепции тематическим направлениям

- Необходимо подтвердить соответствие концепции тематике, продемонстрировать связь с мероприятиями и объяснить транслируемые ценности

Критерий №3: Логическая связность и реализуемость проекта

- Требуется детализированный календарный план, логическая взаимосвязь всех мероприятий и их привязка к задачам и результатам.

Критерий №4: Уникальность творческой концепции проекта

- Требуется анализ оригинальности методов и подходов, сравнения с аналогами, а также демонстрации ценностей и результатов.

Критерий №10: Партнерская поддержка проекта

- Включает подтверждения от партнеров, оценку их вкладов (финансовых, организационных, информационных), а также согласование с территориями реализации.

«ПРОСТЫЕ» КРИТЕРИИ

Эти критерии предполагают более прямолинейную оценку на основе доступных данных и требуют меньшей детализации

Критерий №5: Реалистичность бюджета проекта

- Основное внимание уделяется корректности расчетов и соответствию расходов целям проекта.

Критерий №6: Масштаб реализации проекта

- Оценивается территориальный охват и его соответствие ресурсам и целям.

Критерий №7: Объем собственного вклада (привлекаемых ресурсов)

- Анализируется доля собственного вклада и реалистичность его привлечения.

Критерий №8: Значимость и успешность опыта заявителя

- Проверяется наличие опыта в аналогичных проектах, подтвержденного документами или отзывами.

Критерий №9: Соответствие опыта и компетенций команды проекта

- Оценивается профессионализм и квалификация команды на основе предоставленных данных.

ОБЩИЙ ОБЗОР ИЗМЕНЕНИЙ

Конкурс 26-1 (04.07.2025) -> Конкурс №26-2 (23.12.2025)

16 → 21

страниц в документе
(+31% детализации)

5 из 10

критериев изменены
существенно

3 из 10

критерия изменены
умеренно

Ключевые изменения:

Повторяющиеся проекты — новые требования к проектам, 3+ раз поддержанным ПФКИ: нужен анализ результатов

Духовно-нравственные ценности — творческая концепция оценивается на соответствие тематике и ценностям

Детализация по типам продуктов — конкретные требования к материалам для фильмов, книг, выставок, игр

Бюджет: подтверждения — сканы документов (не ссылки на облако), комментарий к каждой строке бюджета

Партнерские письма — не старше 6 мес. для высокой оценки; старше 12 мес. — 0 баллов

ОБЩИЙ РАЗДЕЛ: СКВОЗНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЗАПОЛНЕНИЯ ЗАЯВКИ

Разделы заявки, затрагивающие ВСЕ критерии

- **Описание проекта (п.3)** — «витрина» проекта, на которую смотрят при оценке практически каждого критерия.
- **Презентация проекта (п.3.1)** — визуализирует и дополняет (не дублирует!) заявку; экспертами используется для перекрёстной проверки содержания.
- **Календарный план** — основа для оценки реализуемости, масштаба, бюджета и логической связности.
- **Бюджет проекта** — связан не только с критерием бюджета, но и с оценкой команды, партнёров, масштаба.

✓ Что рекомендуется (сквозное)

- Писать конкретно, избегая общих фраз, лозунгов и бюрократизмов. Каждое утверждение подкреплять фактами, цифрами, ссылками.
- Обеспечивать внутреннюю согласованность: цель → задачи → мероприятия → результаты → бюджет → партнёры. Эксперты видят заявку целиком и сразу замечают противоречия.
- Использовать чек-лист для самопроверки (выложен на сайте фонда) перед отправкой.
- Подавать заявку за 10+ дней до дедлайна — это даст возможность доработать при выявлении несоответствий.
- Проверять грамматику, пунктуацию и орфографию во всех полях — ошибки публично видны и снижают впечатление.
- Убедиться, что все ссылки в заявке работают, страницы в соцсетях — активны и не заблокированы.

✗ Что НЕ рекомендуется (сквозное)

- Полагаться на генеративные нейросети (ИИ) без тщательной проверки — ИИ может предложить завышенные планы, нереалистичные данные, и это снизит уникальность заявки.
- Дублировать текст из одного раздела в другой (например, пересказывать календарный план в описании проекта).
- Оставлять в заявке ссылки на запрещённые соцсети, закрытые или неактивные страницы.
- Указывать сайты партнёрских организаций вместо собственного сайта заявителя

1. АКТУАЛЬНОСТЬ И ОБЩЕСТВЕННАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

Было (26_1)

- Проблемы детально раскрыты, аргументированы конкретными показателями
- Актуальность подтверждена документами, исследованиями, мнениями
- Упоминание «народного искусства» в диапазоне 6-8 как отдельный пункт
- Нет специальных требований к повторяющимся проектам

Рекомендации для авторов проектов

- Если проект получал грант ПФКИ 3+ раза — включите раздел с анализом результатов прежних проектов: цифры, отзывы, исследования
- Четко обоснуйте связь проекта с культурой, искусством или креативными индустриями
- Подкрепляйте актуальность конкретными данными: статистика, цитаты экспертов, материалы исследований
- Опишите, как наработанный ранее опыт используется в новом проекте

Стало (26_2)

- Добавлено: проект должен быть связан с решением проблем в сфере культуры, искусства и креативных индустрий
- **НОВОЕ:** повторяющиеся проекты (3+ раза ПФКИ) — нужен анализ результатов прошлых проектов
- Нужны документы, доказывающие решение/снижение остроты проблем предыдущих проектов
- В 0-2: «проект не связан с культурой, относится к социальным/экологическим»

1. АКТУАЛЬНОСТЬ И ОБЩЕСТВЕННАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

Разделы заявки: «Обоснование актуальности и общественной значимости», «Материалы, подтверждающие актуальность», «Целевые группы проекта», «Цель проекта», «Описание проекта», «География проекта»

✓ Что рекомендуется

- Подробно описать проблему, на решение которой направлен проект, — конкретную, а не глобальную. Указать причины её существования.
- Доказать востребованность проекта именно для заявленных целевых групп и территорий на момент подачи заявки — статистическими данными, исследованиями, контент-анализом, экспертными мнениями, отзывами партнёров, опросами.
- Описать начальное состояние целевой группы, которое планируется изменить, и обосновать возможность достичь этих изменений.
- Показать, что проект комплексно связан с решением проблем в сфере культуры, искусства и креативных (творческих) индустрий и/или удовлетворением культурных потребностей общества (НОВОЕ требование конкурса 26-2).
- Для повторяющихся проектов (3+ раз при поддержке фонда) — обязательно представить: (а) достигнутые количественные и качественные показатели прошлых проектов; (б) анализ влияния каждого из них на целевые группы и территории; (в) документы, доказывающие решение/снижение остроты ранее обозначенных проблем; (г) описание использования наработанного опыта в новом проекте.
- Загрузить в п.9.1 обобщённые материалы (не сырые анкеты, а отчёты с выводами).

✗ Что НЕ рекомендуется

- Ограничиваться только ссылками на законодательные акты и нормативные документы или цитатами из речей руководителей.
- Описывать проблему в глобальном масштабе, не привязывая к конкретной территории и целевой группе.
- Подавать проект, не связанный с культурой, искусством или креативными индустриями (например, чисто социальный, экологический) — такой проект получит 0-2 балла.
- Прикладывать к заявке документы, не имеющие прямого отношения к проекту.
- Для опросов — загружать копии всех анкет без обобщения и выводов.

ПРИМЕР

АКТУАЛЬНОСТЬ И ОБЩЕСТВЕННАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

Командой проекта были опрошены 50 чел. детей и подростков в возрасте от 11 до 15 лет с целью выявления осведомлённости ребят о традиционной народной кухне Белгородской области.

Результаты опроса: лишь 23 % опрошенных смогли назвать 5-10 блюд местной народной кухни; 2 % принимали участие в гастро-турах, 92% желали бы отправиться в путешествие в деревню и попробовать блюда местной кухни, «как у бабушки», поиграть в народные игры; 95% хотели бы научиться печь блины и лепить вареники.

Такая высокая заинтересованность указывает на актуальность нашего проекта, а его общественная значимость заключается в том, что в период весенних каникул 50 детей из двух соседних муниципалитетов смогут отлучиться от Интернет-контента и провести время с пользой, а именно получить новые знания и навыки, подружиться с ребятами из соседних населённых пунктов, стать звеном системы сохранения преемственности традиций от старшего поколения.

Проект: «КАМЫШЕВАРИКИ» межрайонный гастро-тур

Заявка: <https://гранты.пфки.пф/public/application/item?id=8c3e21c1-05c7-4a2d-8f8c-3970d4190606>

2. СООТВЕТСТВИЕ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ТЕМАТИКЕ ТЕМАТИЧЕСКИМ НАПРАВЛЕНИЯМ

Творческая концепция проекта раскрыта профессионально, приложено описание концепции, мероприятия проекта соответствуют направлению, состав участников проекта подобран в соответствии творческой идеей и концепцией проекта.
Не оценивается при запрашиваемой сумме >20 млн руб.

ТВОРЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ И МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ

Творческая/креативная концепция — это

первоначальное видение комплекса взаимосвязанных, запоминающихся, оригинальных идей и творческих (креативных) методов для решения выявленной Вами проблемы.

Ваша творческая концепция —

- оригинальная и уникальная, делает проект отличными от других;
- привлечет внимание и сделает проект запоминающимся;
- поможет отразить основные ценности и смыслы, которые Вы хотите донести через проект;
- создаст преимущества для целевой группы, поможет достижению запланированных изменений



Гончарная мастерская для детей с ОВЗ для развития

Покупка интерактивной панели для музея

Курс для блогеров

Ежегодный фестиваль честь дня рождения города

Встреча в библиотеке и рассказ об Александре Невском



Тематический конкурс среди жителей города и выставка-ярмарка НХП

Новая экспозиция и новые экскурсии, которые проводят школьники

Конкурс -> отбор -> медиа-школа -> выпускники создают свои уникальные продукты -> фестиваль медиа-продуктов выпускников

Фестиваль длиною в год, состоящий из цикла тематических событий, связанных с памятными историческими датами города, с привлечением краеведческого музея, школы искусств, дворца культуры и т.д.

Ведение блога и телеграм-канала библиотеки от имени Александра Невского

2. СООТВЕТСТВИЕ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ТЕМАТИКЕ ТЕМАТИЧЕСКИМ НАПРАВЛЕНИЯМ

Было (26_1)

- Концепция взаимосвязана с тематическими направлениями
- Приложены поясняющие документы (презентация или описание)
- Для фильмов/книг — синопсис, сценарный план
- Для образовательных программ — краткое содержание

Рекомендации для авторов проектов

- Приложите развернутые материалы: для фильма — синопсис + референсы + описание героев; для выставки — план с техрешениями; для игры — механика + эскизы
- Явно опишите художественную и культурную ценность проекта, как продукт транслирует духовно-нравственные ценности
- Убедитесь, что ВСЕ приложенные документы подтверждают соответствие тематическим направлениям конкурса
- Раскройте «творческий механизм» реализации проекта — не только ЧТО создается, но и КАК

Стало (26_2)

- **НОВОЕ:** добавлен «творческий механизм реализации проекта»
- **НОВОЕ:** продемонстрировать художественную, культурную ценность + связь с п.1.2 Заявки
- Для фильмов: + референсы, описание героев, визуальный ряд, экспликации, раскадровка
- Для выставок — план с площадью, техрешениями; для игр — механика, эскизы
- Все материалы должны подтверждать соответствие тематике И духовно-нравственным ценностям

2. СООТВЕТСТВИЕ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ТЕМАТИКЕ ТЕМАТИЧЕСКИМ НАПРАВЛЕНИЯМ

Разделы заявки: «Обоснование соответствия творческой концепции тематическому направлению», «Соответствие традиционным российским духовно-нравственным ценностям», «Описание проекта», «Презентация проекта», «Тип проекта» / п.1.1 «Тематическое направление»

✓ Что рекомендуется

- Развёрнуто и конкретно описать творческую концепцию — комплекс взаимосвязанных, запоминающихся, оригинальных идей и творческих (креативных) механизмов реализации проекта.
- Продемонстрировать художественную и культурную ценность проекта или создаваемого творческого продукта (услуги) для целевой группы и широкой аудитории (НОВОЕ требование 26-2).
- Описать, как создаваемый продукт помогает транслировать ценности, выбранные в п.1.2 — духовно-нравственные ценности.
- Обосновать, что предлагаемый творческий механизм реализации проекта эффективен для решения заявленной проблемы.
- Обязательно приложить соответствующие типу проекта материалы в п.3.1:
 - Фильмы / мультфильмы / театральные постановки: синопсис, сценарный план + референсы, описание героев, экспликация декораций, костюмов, мизансцен, раскадровок.
 - Книги / комиксы: синопсис, описание главных героев, содержание, референсы.
 - Выставки: концепция с указанием площади застройки, техрешений, особенностей экспозиции.
 - Игры (настольные / компьютерные): концепция с описанием сюжета и игровой механики, референсы, эскизы.
 - Образовательные программы: содержание программы/курса/методики + ссылки на материалы.

✗ Что НЕ рекомендуется

- Формально упоминать ценности без содержательного обоснования их связи с проектом.
- Подменять описание творческой концепции пересказом организационного плана.
- Игнорировать раздел п.1.2 (ценности) — его отсутствие или формальность снизят оценку.
- Загружать вместо презентации проекта текстовый пересказ заявки (doc/pdf в текстовом формате).
- Загружать презентацию, посвящённую истории организации, а не конкретному проекту.

ПРИМЕР

ИЗ КАКИХ РАЗДЕЛОВ ЗАЯВКИ ФОРМИРУЕТСЯ ПОНИМАНИЕ
О ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ:



Из презентации заявителя «как было» — «как будет»

ПРИМЕР

Фестиваль «Магия воздуха» органично вписывается в развитие креативных индустрий, сочетая элементы искусства, дизайна и образовательных программ. Искусство аэродизайна, которое является основой фестиваля, относится к современным направлениям дизайна и арт-творчества, создавая уникальный визуальный опыт и вовлекая участников в процесс создания воздушных скульптур. Мастер-классы, семинары и демонстрации способствуют популяризации и профессиональному росту в данной сфере, укрепляя инфраструктуру креативных индустрий.

В то же время, семейная концепция фестиваля направлена на укрепление ценностей крепкой семьи и поддержание межпоколенческих связей. Участие в фестивале всей семьей — от детей до старшего поколения — создает атмосферу единства и взаимопонимания, побуждая к совместному творчеству. Мероприятие подчеркивает значимость семейных традиций, взаимодействия между поколениями и создания общих воспоминаний, раскрывая ценность крепкого брака и гармоничных семейных отношений.

Таким образом, фестиваль «Магия воздуха» представляет собой уникальную синергию искусства, дизайна и семейной концепции, отвечая ключевым тематическим направлениям: развитие креативных индустрий и укрепление семейных ценностей.

Проект: Семейный фестиваль «МАГИЯ ВОЗДУХА»

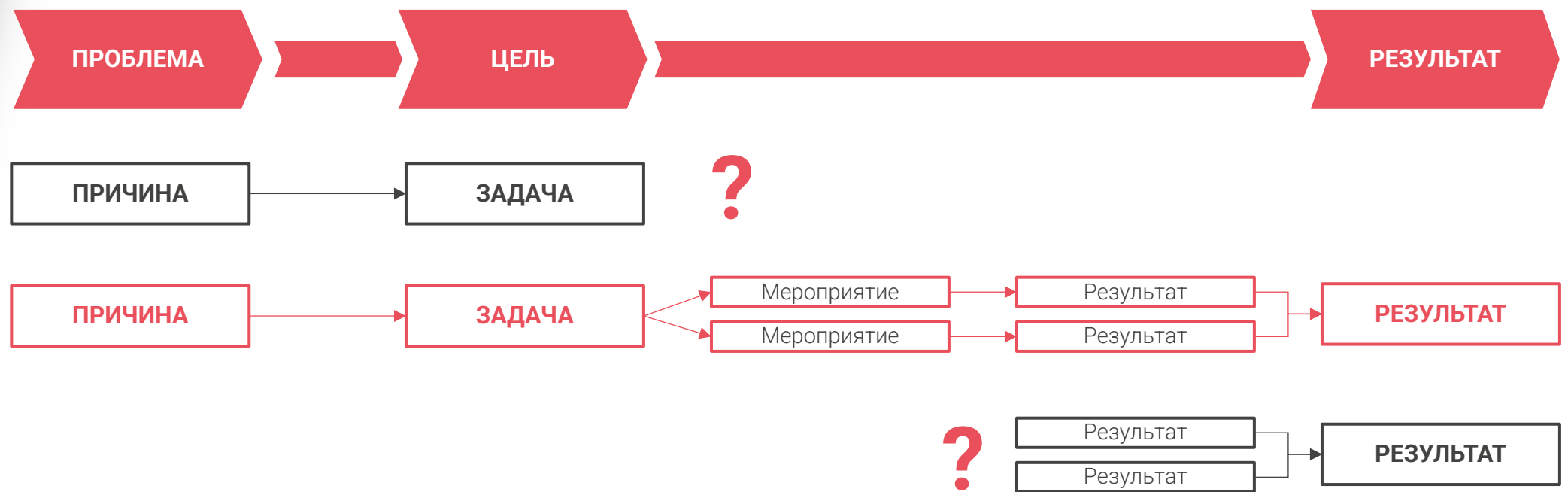
Заявка: <https://гранты.пфки.пф/public/application/item?id=bc48c2e2-e837-4199-a56b-9beed33df421>

3. ЛОГИЧЕСКАЯ СВЯЗНОСТЬ И РЕАЛИЗУЕМОСТЬ ПРОЕКТА

Из каких разделов заявки формируется понимание о логической связности и реализуемости проекта:

- «Описание проекта»
- «Дата начала и окончания реализации проекта», «География проекта»
- «Цель проекта»
- «Задачи проекта»
- «Ожидаемые результаты проекта» (количественные и качественные)
- «Календарный план»
- «Бюджет проекта»
- «Дальнейшее развитие и источники ресурсного обеспечения проекта»

3. ЛОГИЧЕСКАЯ СВЯЗНОСТЬ И РЕАЛИЗУЕМОСТЬ ПРОЕКТА



Результаты изложены по SMART-у, разделы заявки логически взаимосвязаны, календарный план структурирован, содержит описание каждого мероприятия и обеспечивает решение поставленных задач, заданы конкретные сроки.

3. ЛОГИЧЕСКАЯ СВЯЗНОСТЬ И РЕАЛИЗУЕМОСТЬ ПРОЕКТА

Было (26_1)

- Ожидаемые результаты адекватны, конкретны, измеримы
- Разделы логически взаимосвязаны
- Календарный план структурирован, детализирован
- Предусмотрено информационное сопровождение

Стало (26_2)

- **НОВОЕ:** нужны количественные и качественные результаты
- **НОВОЕ:** результаты должны демонстрировать решение социокультурной проблемы
- **НОВОЕ:** минимум 2 мероприятия на задачу, не менее 3 мероприятий в плане
- Для 6-8 – нужно подтверждение охватов информационного сопровождения
- В 0-2: одно мероприятие в плане = неудовлетворительно

Рекомендации для авторов проектов

- Планируйте минимум 2 мероприятия на каждую задачу и не менее 3 мероприятий в календарном плане
- Формулируйте и количественные, и качественные результаты – покажите, что они решают заявленную проблему
- Обоснуйте реальную возможность достижения результатов через предлагаемый механизм
- Включите конкретные показатели информационного охвата целевой аудитории

3. ЛОГИЧЕСКАЯ СВЯЗНОСТЬ И РЕАЛИЗУЕМОСТЬ ПРОЕКТА

Разделы заявки: «Цель проекта», «Задачи проекта», Календарный план, «Ожидаемые результаты проекта», «Целевые группы», «Название проекта», «Описание проекта», «Каналы коммуникации»

✓ Что рекомендуется

- Выстроить чёткую логическую цепочку: проблема → цель → задачи → мероприятия → результаты. Каждый элемент должен вытекать из предыдущего.
- Сформулировать одну цель, которую возможно достичь. Несколько целей — это риск.
- Сформулировать не менее 3 задач, одна из которых — информационное продвижение проекта и создаваемых культурных благ.
- На каждую задачу предусмотреть не менее 2 мероприятий в календарном плане.
- Итого в календарном плане — не менее 3 мероприятий (это теперь минимум для оценки выше 3-5 баллов).
- Для каждой целевой группы указать и количественные, и качественные результаты с измеримыми показателями и способами подтверждения.
- Убедиться, что суммарные результаты в п.11 совпадают с суммой ожидаемых результатов в календарном плане.
- Проработать план информационного продвижения с измеримыми охватами (количество публикаций, просмотров, подписчиков).

✗ Что НЕ рекомендуется

- Формулировать задачи как мероприятия (задачи — это «что достичь», мероприятия — «что конкретно сделать»).
- Делать календарный план с 1-2 мероприятиями — это гарантированно низкая оценка (0-5 баллов).
- Указывать в качестве времени проведения мероприятия «в течение всего проекта».
- Дробить мероприятия на незначительные шаги или, наоборот, включать лишние мероприятия, не связанные с задачами.
- Ставить несколько целей, если проект не является действительно редким исключением.
- Описывать результаты, которые невозможно измерить — «если измерить результат невозможно, это не результат».
- При указании количества участников — считать одних и тех же людей в разных пунктах.

ПРИМЕР

ЦЕЛЬ

- Создание мульт-лаборатории «Вдохновение» на территории дошкольной образовательной организации
- Создание в рамках проекта первого мультипликационного фильма «Волжские истории», отражающего истории семей юных волжан, родного города Волжский

ЗАДАЧИ

- Создать организационные условия по объединению целевых групп проекта для овладения новыми цифровыми технологиями;
- Выпустить мультфильм "Волжские истории"; подвести итоги проекта
- Произвести оснащение, материально-техническое обеспечение проекта;
- Организовать обучение целевых групп основам создания мультфильма в условиях "Мультстудии";

Проект: Мульт-студия «ВДОХНОВЕНИЕ» лаборатория семейного творчества

Заявка: <https://гранты.пфки.пф/public/application/item?id=ff10a3b0-1e1e-4a06-b79a-4c9caeb2d14f>

4. УНИКАЛЬНОСТЬ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ПРОЕКТА

Творческая концепция не имеет аналогов, она направлена на внедрение новых практик, методов в деятельность заявителя и (или) его партнеров и позволяет **качественно улучшить эту деятельность**.

4. УНИКАЛЬНОСТЬ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ПРОЕКТА

Было (26_1)

- Концепция не имеет аналогов, уникальна
- Предусмотрено внедрение новых практик и методов
- Описано, как новации улучшат заявленную деятельность
- Демонстрирует понимание транслируемых ценностей

Стало (26_2)

- **НОВОЕ:** «обладает чертами оригинального творческого замысла, раскрывается в новых приемах»
- **НОВОЕ:** указать названия организаций с похожей деятельностью на территории
- **НОВОЕ:** описать отличия от проектов заявителя, реализованных ранее
- В 0-2: если концепция не описана — автоматически низший балл

Рекомендации для авторов проектов

- Проведите анализ аналогов: укажите конкретные организации и проекты со схожей деятельностью
- Четко опишите, чем ваша концепция отличается от существующих проектов, включая ваши собственные
- Подчеркните оригинальный творческий замысел — что нового в приемах творческой деятельности
- Не оставляйте раздел творческой концепции пустым или формальным — это критично

4. УНИКАЛЬНОСТЬ ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ПРОЕКТА

Разделы заявки: «Описание проекта, включая обоснование уникальности», «Обоснование соответствия творческой концепции», «Презентация проекта», «Обоснование актуальности»

✓ Что рекомендуется

- Обосновать, в чём уникальность проекта и его творческой идеи. Допустимые аргументы:
 - Никто никогда не делал ничего подобного
 - Такого не делали на данной территории
 - Используются новые трактовки/интерпретации известных произведений
 - Используются новые техники/приёмы
 - Смещение стилей/направлений/видов деятельности
 - Известные инструменты применяются для нового охвата / новых целевых групп
- Указать конкретные названия организаций и проектов, которые вели похожую деятельность на заявленных территориях, и описать отличия вашего проекта (НОВОЕ требование 26-2).
- Описать отличия не только от чужих проектов, но и от собственных ранее реализованных.

✗ Что НЕ рекомендуется

- Утверждать уникальность без конкретного обоснования и сравнения.
- Игнорировать наличие аналогов — лучше честно описать их и показать, чем ваш проект отличается.
- Не описывать творческую концепцию вовсе — отсутствие описания = 0-2 балла

5. РЕАЛИСТИЧНОСТЬ БЮДЖЕТА ПРОЕКТА

Все мероприятия проекта обеспечены финансово, все расходы реалистичны, обоснованы и четко детализированы, соответствуют рыночному уровню оплаты труда или стоимости товаров, предусмотрено активное использование имеющихся у заявителя ресурсов.

Не допускается осуществление следующих расходов:

- непосредственно не связанных с реализацией проекта
- приобретение недвижимого имущества
- капитальное строительство новых зданий
- приобретение алкогольной и табачной продукции
- приобретение предметов роскоши;
- финансирование политической деятельности
- уплаты штрафов, пеней

5. РЕАЛИСТИЧНОСТЬ БЮДЖЕТА ПРОЕКТА

БЮДЖЕТ СЛИШКОМ БОЛЬШОЙ

тот же результат можно достичь с существенно меньшими расходами

БЮДЖЕТ СЛИШКОМ МАЛЕНЬКИЙ

какая-то деятельность по проекту не обеспечена ресурсами

СТОИМОСТЬ РАСХОДОВ НЕ ОБОСНОВАНА

нет расчета, ссылок на КП или прайсы, почему именно такая цена указана

5. РЕАЛИСТИЧНОСТЬ БЮДЖЕТА ПРОЕКТА

Было (26_1)

- Финансовое обеспечение всех мероприятий
- Расходы реалистичны и обоснованы
- Корректные комментарии по расходам за счет гранта
- Ограничения: аффилированные лица >30%, капремонт >20%

Рекомендации для авторов проектов

- Приложите сканы коммерческих предложений, расчетов, смет — НЕ ссылки на Google Drive или Яндекс.Диск
- Напишите детальный комментарий к КАЖДОЙ строке бюджета с обоснованием суммы
- Проверьте бюджет на задвоения расходов и завышение сумм относительно рыночных цен
- Если тема чувствительна (история, конфликты) — заложите расходы на профконсультантов
- Убедитесь, что оплата одному контрагенту не превышает 50% бюджета

Стало (26_2)

- **НОВОЕ:** отсутствие завышенных / задвоенных / дублирующихся расходов
- **НОВОЕ:** документальные подтверждения расходов (не ссылки на облако!)
- **НОВОЕ:** каждая строка бюджета = обязательный детальный комментарий
- **НОВОЕ:** запрет оплаты одному контрагенту >50% бюджета
- Для чувствительных тем — профконсультанты + расходы на них

5. РЕАЛИСТИЧНОСТЬ БЮДЖЕТА ПРОЕКТА

Разделы заявки: «Бюджет проекта», «Календарный план», «Команда проекта», «Презентация проекта»

✓ Что рекомендуется

- Каждую строку бюджета сопровождать детальным обосновывающим комментарием (НОВОЕ обязательное требование 26-2).
- Прикладывать документальные подтверждения расходов (коммерческие предложения, прайс-листы) — загружать как PDF-файлы в заявку.
- Обеспечить отсутствие завышенных и задвоенных/дублирующихся расходов.
- Убедиться, что наименования должностей, описания функций в разделе «Команда» совпадают с указанными в бюджете.
- Все члены команды должны быть отражены в бюджете (даже если их участие — это софинансирование).
- Для проектов на чувствительные темы (история, конфликты, нацбезопасность) — включить в ст.б бюджета расходы на профессиональных консультантов.
- Для проектов > 20 млн руб., предусматривающих показ фильмов/спектаклей/выставок — предусмотреть расходы на исследования/анализ восприятия аудиторией.

✗ Что НЕ рекомендуется

- Размещать ссылки на документы в облачных сервисах (Google Drive, Яндекс.Диск и т.п.) — разрешены только ссылки на товары в интернет-магазинах и маркетплейсах.
- Работать с аффилированными организациями на сумму > 30% гранта без чёткого обоснования.
- Направлять одному контрагенту > 50% бюджета без чёткого обоснования.
- Включать капремонт/строительство > 20% от запрашиваемой суммы без чёткого обоснования.
- Оставлять строки бюджета без комментариев — это снижает оценку.

ПРИМЕР

Бюджет

Black						
Видеокамера цифровая	139 990,00	1 ед.	139 990,00	0,00	139 990,00	🗑
<p>Комментарий: Видеокамера цифровая 4K Panasonic HC-X1000EE Будет использован для качественной видеосъемки. Видеокамера будет использована для занятий в фото видеостудии, для видеосъемки досуговых мероприятий и предоставления качественной видеоотчетности на сайт библиотеки, редакции газеты, администрации и в Фонд культурных инициатив по проведенной работе Магазин Мвидео https://www.mvideo.ru/product-list-page?q=видеокамера+4k+panasonic+hc-x1000ee</p>						
Штатив ERA ED-5	1 999,00	1 ед.	1 999,00	0,00	1 999,00	🗑
<p>Комментарий: Штатив ERA ED-5 для установки видеокамеры, будет использоваться для качественной видеосъемки досуговых мероприятий, для занятий в фото видео студии. Стоимость в магазине электронной техники Мвидео М.видео https://www.mvideo.ru/products/shtativ-era-ed-5-10016248</p>						
LED осветитель для фото	13 399,00	1 шт.	13 399,00	0,00	13 399,00	🗑
<p>Комментарий: LED осветитель для фото Комплект Rekam CL-465-FL3-SB kit Будет применяться обучающимися в фото видео студии для творческих приемов работы с освещением в момент фотосъемки, создания художественной фотографии. магазин М.видео https://www.mvideo.ru/products/komplekt-rekam-cl-465-fl3-sb-kit-10021042</p>						

НАЗНАЧЕНИЕ

ОБОСНОВАНИЕ

ПРИМЕР

Индивидуальный предприниматель Заводовский Евгений Юрьевич
309340, Белгородская обл., Борисовский р-н, п. Борисовка, пер. Крупской, д. 13
Телефон: + 7 960 637 41 55
Эл.почта: v.art.2011@mail.ru



БЕЛГОРОДСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ №8592 ПАО СБЕРБАНК г Белгород		БИК	041403633
Банк получателя		Сч. №	30101810100000000633
ИНН	310301229776	КПП	
Индивидуальный предприниматель Заводовский Евгений Юрьевич Получатель		Сч. №	40802810407000075804

КОМЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ от 18 января 2022

Поставщик: Индивидуальный предприниматель Заводовский Евгений Юрьевич
Покупатель:

№	Товары (работы, услуги)	Кол-во	Ед.	Цена	Сумма
1	СЦЕНА ИЗ МЕТАЛЛО-ТЕНТОВОЙ КОНСТРУКЦИИ С ДЕРЕВЯННЫМ ПОЛОМ 6000*6000 ММ, ВЫСОТА ИСХОДНОЙ АРКИ 3200 ММ	1	шт.	1056000.00	1056000.00

Итого : 1056000.00

Всего : Один миллион пятьдесят шесть тысяч рублей 00 копеек.

Поставщик

Индивидуальный предприниматель



должность

подпись

Заводовский Евгений Юрьевич

расшифровка подписи

Компания ООО «ТРИ-С», сайт: www.sport-3s.ru
г.Екатеринбург, ул. Красных командиров 16, оф.3, тел.8 (982) 602-61-38, почта: info@sport-3s.ru



- Строительство и комплексное оснащение спортивных объектов
- Поставка и монтаж спортивных покрытий
- Создание дизайн-проект детских и спортивных площадок
- Поставка и монтаж детского игрового и спортивного оборудования.

ТСЖ на Соболева 21/6
Для Дмитрия,
тел. 328-09-65
3280965@mail.ru

Коммерческое предложение по монтажу спортивной площадки.

1. Резиновое п/у покрытие спортивной площадки 16*32 м, толщиной 10 мм (применение легкоатлетической обуви с шипами запрещено!!)					
1	Комплекс работ по подготовке основания под баскетбольные площадки (выемка грунта на глубину 300 мм, обратная засыпка щебнем различных фракций с последующим уплотнением и асфальтированием)	м ²	512	1 200	614 400
2	Устройство водоотводных лотков по длинным сторонам площадки (работа с материалами)	м.п.	64	1 350	86 400
3	Устройство тротуарного поребрика по коротким сторонам площадки (работа с материалами)	м.п.	32	1 000	32 000
4	Монтаж наливного резинового покрытия на основе резиновой крошки и ПУ связующего толщиной 10 мм цвет (зеленый /терракот). Работа +материалы	м ²	512	1 050	537 600
5	Нанесение разметки (работа с материалами), волейбол, баскетбол и т.д.	шт.	2	20 000	40 000
6	3D ограждение (составное) по периметру площадки высотой 4 м., габариты секции 2030*2500 мм, яч. 55*200, диаметр прутка 4 мм (материалы +работа)	м.п.	100	3 610	361 000
7	Калитка одностворчатая 2030*1000 мм, диаметр прутка 4 мм	шт.	1	15 000	15 000
				Итого	1 686 400

6. МАСШТАБ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

- Территориальный охват оправдан и подтверждён документально
- Территориальный охват посилен заявителю
- Территориальный охват адекватен заявленным проблемам
- Реализация предусмотрена на всей заявленной территории

Не оценивается при запрашиваемой сумме <700 тыс. руб.

6. МАСШТАБ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Было (26_1)

- Территориальный охват оправдан и подтвержден
- Деятельность в пределах всей территории реализации
- Для интернет-проектов – план продвижения
- Нет четкой привязки баллов к уровню охвата

Рекомендации для авторов проектов

- Если претендуете на 9-10 – обеспечьте реальный всероссийский или международный охват
- Для регионального проекта расширяйте охват через трансляции в другие регионы
- Подтвердите востребованность проекта на каждой территории письмами партнеров
- Для интернет-проектов: детальный план продвижения с обоснованием аудитории

Стало (26_2)

- **НОВОЕ:** 9-10 баллов – международный или всероссийский охват
- **НОВОЕ:** 6-8 баллов – межрегиональный, региональный охват
- **НОВОЕ:** 3-5 баллов – один район / муниципалитет / населенный пункт
- Востребованность подтверждена письмами партнеров

6. МАСШТАБ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Разделы заявки: «География проекта», «Целевые группы проекта», «Ожидаемые результаты», «Календарный план», «Партнёры проекта», «Каналы коммуникации»

✓ Что рекомендуется

- Понимать привязку территориального уровня к оценке (НОВОЕ в 26-2):
 - 9-10 баллов: международный или всероссийский охват
 - 6-8 баллов: межрегиональный, региональный охват
 - 3-5 баллов: один район/муниципалитет/населённый пункт
- Указывать только те территории, где реально будут проводиться мероприятия или находятся целевые группы.
- Подтвердить географию проекта письмами партнёров с каждой территории.
- Для интернет-проектов — разработать детальный план продвижения и определить документальное подтверждение уровня охвата.
- Если ранее работали только в своём регионе, но планируете расширение — доказать уже налаженное или подтверждённое письмами взаимодействие с новыми территориями.

✗ Что НЕ рекомендуется

- Заявлять нереалистично широкую географию без подтверждения.
- Для трансляции из одной точки — засчитывать только внутрирегиональный охват (это уже не даёт 6-8 баллов; нужен охват других регионов).
- Оценивать свои возможности нереалистично при расширении на соседние регионы.

7. ОБЪЕМ СОБСТВЕННОГО ВКЛАДА / ПРИВЛЕКАЕМЫХ РЕСУРСОВ

Есть свои ресурсы или привлекаются:

- добровольцы
- помещения
- оборудование
- транспорт и тп.
- собственный вклад и дополнительные ресурсы превышают 50% всего бюджета проекта

7. ОБЪЕМ СОБСТВЕННОГО ВКЛАДА / ПРИВЛЕКАЕМЫХ РЕСУРСОВ

Было (26_1)

- 9-10: собственный вклад >50% бюджета
- 6-8: от 25 до 50% бюджета
- 3-5: от 10 до 25% бюджета
- 0-2: менее 10% бюджета

Стало (26_2)

- **НОВОЕ:** ресурсы отражены в соответствующих разделах заявки
- **НОВОЕ:** вклад партнеров — комментарии в бюджете + документальное подтверждение
- Пороги вклада не изменились (>50%, 25-50%, 10-25%, <10%)
- Расчет должен быть корректен по рыночной стоимости

Рекомендации для авторов проектов

- Отрадите привлекаемые ресурсы в КАЖДОМ разделе заявки, а не только в бюджете
- Подтвердите вклад партнеров документально с корректными комментариями
- Рассчитайте вклад по реальной рыночной стоимости: аренда, труд волонтеров, амортизация

7. ОБЪЕМ СОБСТВЕННОГО ВКЛАДА / ПРИВЛЕКАЕМЫХ РЕСУРСОВ

Разделы заявки: «Бюджет проекта», «Партнёры проекта», «Материально-технические ресурсы заявителя» (раздел «Заявитель»)

✓ Что рекомендуется

- Отобразить наличие ресурсов в соответствующих разделах заявки (НОВОЕ в 26-2) — не просто упомянуть, а показать в бюджете, в описании партнёров и в материально-технической базе.
- Для расходов, отражающих вклад партнёров, — сопроводить корректными комментариями в бюджете и подтвердить документально.
- По возможности указывать в партнёрских письмах денежный эквивалент поддержки.
- Перечислить имеющиеся у заявителя помещения, оборудование, транспорт, интеллектуальные права — это подтверждает реальную возможность внести собственный вклад.

✗ Что НЕ рекомендуется

- Заявлять наличие ресурсов без подтверждения.
- Указывать собственный вклад без отражения в бюджете и документах.

8. ЗНАЧИМОСТЬ И УСПЕШНОСТЬ ОПЫТА ЗАЯВИТЕЛЯ

Было (26_1)

- Опыт устойчивой деятельности >5 лет (для 9-10)
- Описание опыта с конкретными программами и проектами
- Целевые поступления без претензий по качеству
- Сайт, соцсети, СМИ-освещение деятельности

Стало (26_2)

- Критерий не изменился содержательно
- Требования к описанию опыта, сайту, соцсетям сохранены
- Этические стандарты по-прежнему оцениваются
- Лицензии и разрешительные документы обязательны

Рекомендации для авторов проектов

- Подробно опишите опыт с указанием проектов, наград, публикаций за 5+ лет
- Обновите сайт и соцсети — годовые отчеты, информация о реализованных проектах
- Убедитесь, что информацию о вашей организации легко найти через поисковые системы

8. ЗНАЧИМОСТЬ И УСПЕШНОСТЬ ОПЫТА ЗАЯВИТЕЛЯ

Разделы заявки: «Основные реализованные проекты за последние 5 лет» (раздел «Заявитель»), «Веб-сайт и соцсети заявителя» (раздел «Заявитель»), «Публикации в СМИ» (раздел «Заявитель»), «Целевые группы, с которыми работал заявитель» (раздел «Заявитель»)

✓ Что рекомендуется

- Перечислить до 15 реализованных проектов, максимально близких по теме и/или по размеру бюджета к заявляемому проекту.
- Для каждого указать: название, даты, краткое описание, цель, объём и источник финансирования, достигнутые количественные показатели и качественные изменения.
- Привести ссылки на сайт проекта или страницы в соцсетях.
- Убедиться, что группы в социальных сетях заявителя — активные, информативные, открытые, в разрешённых соцсетях.

✗ Что НЕ рекомендуется

- Указывать «отсутствуют», если хоть какой-то релевантный опыт есть — лучше описать даже небольшие проекты.
- Указывать ссылки на запрещённые соцсети, закрытые или неактивные страницы.
- Ссылаться на сайты других организаций вместо собственного.

9. СООТВЕТСТВИЕ ОПЫТА И КОМПЕТЕНЦИЙ КОМАНДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МАСШТАБУ

Опыт заявителя и компетенций команды отражаются в разделах:

- «Руководитель проекта» — образование, опыт, достижения, соц.сети
- «Команда проекта» — образование, опыт, достижения, соц.сети
- «Заявитель»
 - ❖ Основные виды деятельности заявителя
 - ❖ Дополнительные документы о заявителе
 - ❖ Заявитель в сети Интернет
 - ❖ Сотрудники и добровольцы
 - ❖ Доходы заявителя и гранты
 - ❖ Реализованные проекты и программы в области культуры за 5 лет
 - ❖ Имеющиеся в распоряжении материально-технические ресурсы
 - ❖ Публикации в СМИ

9. СООТВЕТСТВИЕ ОПЫТА И КОМПЕТЕНЦИЙ КОМАНДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МАСШТАБУ

Было (26_1)

- Команда: опытные, квалифицированные специалисты
- Доказана возможность каждого члена работать по плану
- Этические стандарты членов команды
- Для 3-5: конкретные исполнители не названы

Стало (26_2)

- Критерий не изменился содержательно
- Требования к описанию команды и квалификации сохранены
- Важно назвать конкретных исполнителей с описанием функций
- Соблюдение этических норм остается обязательным

Рекомендации для авторов проектов

- Укажите конкретных исполнителей каждого мероприятия с описанием опыта и функций
- Докажите, что каждый член команды может работать в условиях и сроки плана
- Для масштабных проектов обеспечьте достаточную численность команды

9. СООТВЕТСТВИЕ ОПЫТА И КОМПЕТЕНЦИЙ КОМАНДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МАСШТАБУ

Разделы заявки: «Руководитель проекта», «Команда проекта», Бюджет проекта, «Видео о проекте»

✓ Что рекомендуется

- Указывать не менее 5 ключевых членов команды (в крупных проектах — не менее 15).
- Для каждого — описать ФИО, должность/роль в проекте, образование, опыт работы, опыт в аналогичных проектах.
- Включить профильных творческих деятелей, экспертов, специалистов, от которых зависит успех проекта.
- В «Дополнительных сведениях» руководителя — написать об опыте проектной деятельности, достижениях, суммах реализованных проектов.
- Желательно использовать портал «Созидатели» для привязки профилей — это упрощает экспертам проверку и повышает шансы.
- Загрузить рекомендательные письма, дипломы, сертификаты руководителя.

✗ Что НЕ рекомендуется

- Реализовывать проект одним лицом (команда из одного человека) — эксперты могут счесть это нереалистичным и снизить оценку.
- Указывать в команде людей, которых нет в бюджете (если только это не софинансирование, что тоже нужно отразить).
- Не указывать профильных специалистов, необходимость которых продиктована содержанием проекта.

10. ПАРТНЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОЕКТА

ЧТО ВАЖНО:

- есть партнеры
- вид и объем их поддержки определен
- он корректно документально подтверждается
- есть документально подтверждённые договоренности со всеми территориями проекта
- указана конкретная информация об информационном сопровождении

ЧТО ДОЛЖНО БЫТЬ В ПАРТНЕРСКОЙ ПОДДЕРЖКЕ ПРОЕКТА:

- Не делаются «под копирку»
- Актуальны на момент подачи заявки
- Адекватно оформлены и отсканированы / сфотографированы
- Составлены по правилам делового письма
- Содержат конкретную информацию о
 - ❖ Форме поддержки
 - ❖ Объемах поддержки

10. ПАРТНЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОЕКТА

Было (26_1)

- Партнеры заявлены, виды поддержки определены
- Приложены подтверждающие документы от партнеров
- Документы корректно оформлены, индивидуальный характер
- Указаны конкретные СМИ с периодичностью публикаций

Рекомендации для авторов проектов

- Обновите ВСЕ письма от партнеров — датированы не ранее 6 мес. до окончания приема заявок
- Укажите конкретные объемы вкладов каждого партнера и подтвердите документально
- Привлеките информационных партнеров (СМИ и каналы), укажите план публикаций
- НЕ используйте шаблонные письма — каждое индивидуальное и конкретное
- Не подделывайте даты и подписи в партнерских письмах — это 0 баллов

Стало (26_2)

- **НОВОЕ:** объемы вкладов партнеров должны быть ПОДТВЕРЖДЕНЫ
- **НОВОЕ:** документы не старше 6 мес. (для 9-10 и 6-8 баллов)
- **НОВОЕ:** 3-5: письма от 6 до 12 мес. — понижающий фактор
- **НОВОЕ:** 0-2: письма старше 12 мес. или с подделанными датами
- Расширен блок об информационных партнерах — каналы + периодичность

10. ПАРТНЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОЕКТА

Разделы заявки: «Партнёры проекта», «Участие выдающихся деятелей культуры и лидеров общественного мнения», «Каналы коммуникации», «География проекта», «Бюджет проекта»

✓ Что рекомендуется

- Обеспечить актуальность писем поддержки — документы должны быть подготовлены к текущему конкурсу, не ранее 6 месяцев до даты окончания приёма заявок (НОВОЕ ключевое требование 26-2).
- В письмах указывать конкретные формы участия партнёра, по возможности — денежный эквивалент поддержки.
- Письма должны быть индивидуальными — не предлагать партнёрам шаблонный текст.
- Письма — распечатаны, подписаны оригинальной подписью (заверены печатью), отсканированы. Допускается ЭЦП.
- Указать конкретные СМИ и/или информационные каналы партнёров (НОВОЕ в 26-2).
- Для объёмов вкладов партнёров — формулировка «подтверждены» (а не просто «определены»).
- Подтвердить площадки, здания, помещения — документами от собственников или органов власти.

✗ Что НЕ рекомендуется

- Использовать письма от предыдущих конкурсов (6-12 месяцев — уже понижающий фактор, старше 12 месяцев — оценка 0-2 балла).
- Подделывать письма — менять даты, исходящие номера, подписи в текстовом редакторе (это прямо указано как основание для 0-2 баллов).
- Вёрстывать письма с добавлением подписей и печатей в виде изображений.
- Направлять письма в фонд почтой, электронной почтой или курьером — учитываются только документы, загруженные в заявку.
- Недооценивать важность информационных партнёров — их отсутствие снижает оценку.

ПРИМЕР

ЧЕГО НЕ ДОЛЖНО БЫТЬ В ПАРТНЕРСКОЙ
ПОДДЕРЖКЕ ПРОЕКТА

Гарантийное письмо

Департамент молодёжной политики Белгородской области сообщает о том, что поддерживает идею проекта [REDACTED] на территории Грайворонского городского округа в связи с участием в конкурсе на предоставление грантов Президента Российской Федерации на реализацию проектов в области культуры, искусства и креативных (творческих) индустрий в 2022 году.

Считаем проектную идею своевременной и актуальной. Для реализации целей и задач проекта готовы оказать методическую и информационную поддержку.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ УСПЕШНОЙ ЗАЯВКИ

- 1. Сквозная согласованность.** Заявка — не набор независимых полей, а единый документ. Цель, задачи, мероприятия, результаты, бюджет, команда и партнёры должны быть логически связаны. Противоречие между разделами — сигнал для эксперта о слабой проработке.
- 2. Конкретика и измеримость.** Каждое утверждение подкрепляйте данными. «Проект актуален» — слабо. «По данным опроса 500 жителей г. Самары (2025), 73% отмечают нехватку...» — сильно.
- 3. Новые акценты конкурса 26-2.** Обратите особое внимание на: (а) требования к повторяющимся проектам; (б) обязательность описания художественной и культурной ценности; (в) детализированные требования к материалам по типам проектов; (г) обязательные комментарии к каждой строке бюджета; (д) актуальность партнёрских писем (не старше 6 месяцев); (е) привязку территориального охвата к баллам.
- 4. Документальность.** Всё, что заявлено, должно быть подтверждено: проблема — исследованиями, партнёры — актуальными письмами, бюджет — коммерческими предложениями, опыт — портфолио проектов.
- 5. Презентация — не пересказ.** Презентация в п.3.1 должна визуализировать проект, дополнять, а не дублировать заявку. Она должна быть краткой, информативной, логичной и визуально яркой.

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОВЕРКИ ЗАЯВКИ

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОВЕРКИ ЗАЯВКИ

- **Чек-лист для самопроверки** заявки на участие в конкурсе на предоставление грантов Президента Российской Федерации
- **Рекомендации по определению оценок** по критериям в ходе экспертизы заявок на предоставление грантов Президента Российской Федерации
- **Описание проекта на одной странице (матрица проекта)**
Воспользуйтесь электронной матрицей или печатным шаблоном на следующей странице. Заполните вместе с командой вашего проекта, проверьте понятность, логичность и связанность заполненных элементов



перейти к матрице

МАТРИЦА ПРОЕКТА



ИДЕЯ:

АВТОР:

КОНТАКТЫ:

НАЗВАНИЕ:

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ:

ГЕОГРАФИЯ ПРОЕКТА:

ЦА ПРОЕКТА:

Отвечьте на вопросы:
• для кого ваш проект?
• каковы характеристики вашей аудитории?
Лучше сфокусироваться на одной целевой аудитории, возможно, объединив несколько аудиторий по схожим потребностям в изменениях.

ЦЕЛЬ:

Укажите конкретный и измеримый результат, ожидаемый в результате изменений, достигший в четкие сроки.
Рекомендуется не ставить больше одной цели!

ПРЕПЯТСТВИЯ:

Перечислите для достижения цели, которые мешают воплотить идею для аудитории изменений. Помогают в формулировке задач.

ЗАДАЧИ:

Задачи, которые нужно решить, чтобы преодолеть препятствия к цели.

МЕРОПРИЯТИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Мероприятия – это конкретные шаги для решения задачи. Каждая задача должна иметь не менее двух мероприятий.

Результаты – это ключевые количественные и качественные показатели, которые покажут, что цель достигнута.

КОМАНДА:

Достаточно представить не более 5-7 наиболее важных для проекта специалистов. Указывать конкретные фамилии на этом этапе не обязательно.

ПАРТНЕРЫ:

Ведь партнеры:
• Информационная
• Финансовая
• Материальная
• Организационная
• Консультационная

Важно, чтобы каждый партнер был готов поддержать ваше предложение!

ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА:

Также следует указать формат участия в проекте и уровень известности.

ОСНОВНЫЕ СТАТЬИ РАСХОДОВ:

Основные статьи расходов, исходя из логики проекта и структуры команды – сколько может потребоваться денег.

ЗАПРОС:

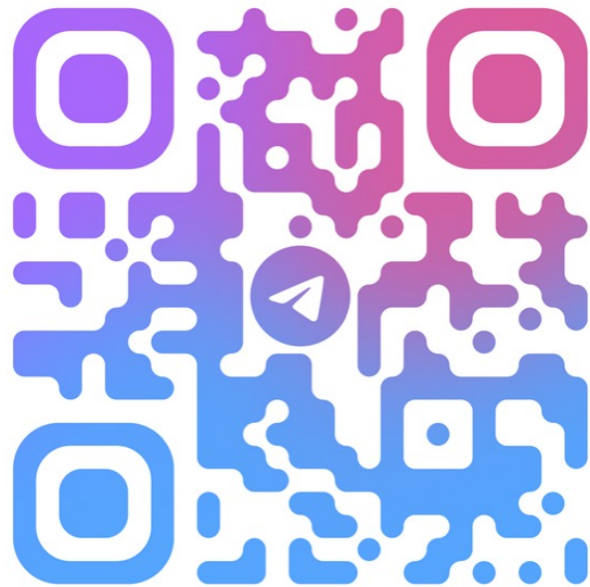
СОФИНАНС:

Определить кто может быть основным источником финансирования и указать тип статьи бюджета.

[скачать версию для печати \(A3 или A1\)](#)



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ



@AMOKEEV

«ПУТЕВОДИТЕЛЬ»: СТРОИМ
МАРШРУТ К ЛИЧНОЙ ЦЕЛИ



Бизнес-трекер, федеральный
эксперт и наставник

АЛЕКСЕЙ МОКЕЕВ

@amokeev



«ПРОЕКТНОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ»
коммуникативная игра-тренажер
для развития навыков проектного
мышления, разработки проектов и
формирования проектных команд

pp.alexmokeev.ru