



GUVERNUL ROMANIEI



UNIUNEA EUROPEANA

GHID PRACTIC

PENTRU REDACTAREA UNEI

CERERI DE FINANTARE

Material suport pentru întreprinzători realizat de către *Asociația Consorțiul pentru Reconstrucția Zonelor Miniere din Gorj* în cadrul proiectului:

**“CENTRU DE CONSILIERE SI SPRIJIN PENTRU INTREPRINZATORI”,
PROIECT PHARE RO-2002/000-586.05.02.02-162**

CUVANT INAINTE

În demersurile noastre privind acordarea de "Sprijin pentru întreprinzători", pentru susținerea eforturilor acestora de dezvoltare proprie și facilitarea accesului la finanțările adresate întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-urilor), vom prezenta în materialul de față un material de sprijin care să le faciliteze acestora accesul la piața finanțărilor nerambursabile.

Considerăm că informațiile cuprinse în acest ghid constituie minimumul de cunoștințe absolut necesar deprinderii abilităților de completare și întocmire a unui proiect de finanțare. Acest ghid este structurat în 10 puncte și acoperă în general toate aspectele pe care donorii (finanțatorii) doresc să le cunoască pentru a-și da acceptul în finanțarea unui proiect.

Generalități

Piața granturilor (împrumuturi nerambursabile)

Pe parcursul acestui ghid sunt oferite sugestii verificate în decursul timpului privind modul de planificare a proiectelor și de scriere a cererilor de finanțare pentru a obține banii necesari unei investiții.

Cei care caută să obțină finanțări își pun de regulă o serie de întrebări de genul "Merită să scriu cererea de finanțare?", "Care sunt șansele de a obține această finanțare?", "Cum pot să știu ce așteaptă finanțatorii să găsească în cererea de finanțare?", "Trebuie să cunosc oamenii potriviți pentru a obține o finanțare?", "Câți bani ar trebui să solicit?". Întrebările de acest gen - și multe altele - conduc de fapt la întrebarea fundamentală "Merită cu adevărat tot acest efort?". Răspunsul este clar, da!

Ce îi motivează pe finanțatori

Sponsorii (finanțatorii) sunt preocupați de problemele sociale, nedreptăți sau inegalități. Preocuparea lor este atât de mare încât îi determină să investească bani pentru a rezolva aceste probleme. În esență, ei văd un decalaj între ceea ce este și ceea ce ar trebui să fie. Un alt termen pentru decalaj, în limbajul specific finanțărilor, este "necesar". Finanțatorii există pentru că există "necesități"; obiectivul lor este de a satisface aceste necesități, de a reduce decalajele.

Cei care au succes atunci când solicită finanțări înțeleg punctul de vedere al finanțatorilor și exprimă acest punct de vedere în cererea de finanțare. Ei au capacitatea de a corela prioritățile proprii cu prioritățile finanțatorilor. Adesea solicitantii de finanțare se concentrează asupra propriilor lor necesități în loc să coreleze proiectele cu prioritățile sponsorilor. Finanțatorii văd finanțările ca niște investiții într-un viitor mai bun. Solicitățile sunt aprobate doar atunci când exprimă priorități comune cu ale sponsorilor.

De unde pornim

Trei etape principale trebuie parcurse pentru a avea succes în obținerea unei finanțări.

1. identificarea potențialilor finanțatori care ar putea fi interesați să susțină proiectul (listă)
2. contactarea persoanelor care vă pot sprijini în redactarea propunerii și a cererii de finanțare, înainte de a începe scrierea efectivă; trebuie să vă faceți bine temele!
3. redactarea argumentată, rațională și îngrijită a solicitării de finanțare; unele solicitări sunt respinse pentru că pornesc de la o idee greșită, dar majoritatea sunt respinse pentru că deși ideile sunt bune, modul de prezentare este deficitar.

Planificarea propunerii**Generalități**

În timp ce identificarea unor potențiale surse de finanțare nu este un proces chiar complicat, greutatea constă în a ști ce să faci cu informațiile obținute. Este de aceea important să înțelegem ce trebuie făcut după identificarea unui potențial sponsor dar înainte de a îi transmite acestuia solicitarea.

În acest sens, o discuție privind potențiale surse de informare privind finanțările existente: finanțări europene, naționale, private, etc., trebuie să armonizeze interesele dintre propunere și misiunea/prioritățile finanțatorilor.

Mulți finanțatori utilizează conceptul "*generozității profitabile*". Ei finanțează adesea proiecte al căror rezultat constă în produse mai bune, salariați mai fericiți sau mai sănătoși, costuri mai mici sau o imagine publică mai bună - orice le-ar aduce un beneficiu.

Este important de aceea să descrieți proiectul în termeni care pun în evidență aceste beneficii. Dacă până acum nu ați mai obținut fonduri, începeți cu finanțări mici, eventual sprijin non-monetar, pentru a vă întări credibilitatea.

Atunci când finanțatorii sunt firme private, aceștia așteaptă ceva în schimb. Ce le puteți oferi?

1. O imagine mai bună? Vor avea o reputație mai bună în comunitate dacă vă acordă finanțarea? Prin acordarea finanțării membrii comunității vor fi mai productivi sau mai satisfăcuți?
2. Un mediu mai bun în jurul companiei? Va îmbunătăți proiectul transporturile, comunicarea, sau mediul natural (ecologic)?
3. Un pachet de beneficii îmbunătățit? Va oferi proiectul dvs. programe noi sau mai bune în domeniul sănătății, activităților culturale sau posibilităților de recreare?
4. O cale mai bună de a atinge obiectivele companiei? Va avea proiectul ca rezultat personal nou, instruire pentru personal sau disponibilitate crescută a resurselor?

Prezentarea proiectului dvs. în fața companiei finanțatoare trebuie să evidențieze concret beneficiile acestuia în cazul acordării finanțării. Contactele personale sunt de asemenea importante.

Sisteme și proceduri

Volumul mare de informații disponibile necesită utilizarea unui sistem de organizare și procesare a acestora în vederea creșterii șanselor de obținere a finanțării. Printr-o abordare sistematică, puteți reduce semnificativ timpul de elaborare a propunerii, avantaj esențial de altfel atunci când termenele sunt foarte strânse.

- Pe măsură ce parcurgeți pentru prima oară potențialele surse de finanțare este util să le împărțiți în două categorii:
 - **Poate** - finanțatori potențial interesați de proiect în baza descrierii acestuia
 - **Nu** - finanțatori care au cu totul alte priorități decât cele urmărite prin proiect
- Solicitați formularele pentru obținerea finanțării și ghidurile de completare
- Contactați dacă este posibil o organizație care a beneficiat în trecut de o finanțare din sursa identificată și întrebați
 - dacă au avut vreun contact cu finanțatorul înainte de a scrie propunerea
 - cine din echipa finanțatorului a furnizat cel mai mare sprijin
 - cine, dacă este cazul, din afara finanțatorului a acordat sprijin în obținerea finanțării
 - dacă finanțatorul a fost dispus să discute un proiect al cererii de finanțare, înainte de a fi trimisă forma finală
 - care a fost prioritatea finanțatorului și dacă există posibilitatea ca aceasta să se fi schimbat între timp
 - ce materiale au fost utile în elaborarea cererii de finanțare
 - dacă înainte de acordarea finanțării sponsorul a efectuat o vizită de evaluare, cine, ce a urmărit, cât a durat...
 - cât de aproape a fost bugetul solicitat de cel aprobat
 - ce ar face în mod diferit data viitoare
- Contactați, dacă este posibil, persoane care au participat în procesul de selectare a cererilor de finanțare pentru a afla despre cum au ajuns în această poziție, ce criterii au utilizat pentru selectare, ce aspecte au urmărit, cum ar vedea acum o cerere de succes, care sunt greșelile obișnuite, cât timp au avut alocat pentru citirea cererilor...
- Contactați responsabilul de program pentru a găsi răspunsul la întrebări - **alte informații decât cele indicate în documentele puse la dispoziție de finanțator**. Întrebați dacă poate răspunde acum sau ar fi mai bine să stabiliți mai târziu o legătură telefonică. Începeți prin a descrie pe scurt proiectul, evidențiind obiectivele și rezultatele. Apoi întrebați:
 - dacă proiectul se încadrează în prioritățile finanțatorului; dacă nu, explorați diferite obiective care ar putea fi mai potrivite sau solicitați informații despre alți finanțatori
 - dacă finanțările vor fi făcute în baza unor criterii speciale, regiune, tip organizație
 - dacă se asigură o singură finanțare sau există posibilitatea obținerii unor finanțări ulterioare
 - care este rata anticipată de câștig (nr. aplicații/nr. Finanțări)
 - care sunt greșelile cele mai frecvente care apar în aplicațiile primite
 - ce aspecte ar dori să fie tratate în cererea de finanțare și pe care alți solicitanți le-au scăpat din vedere
 - dacă ar fi disponibili pentru a trece în revistă o ciornă a cererii de finanțare + 2 sau trei pagini
 - dacă ar putea recomanda un proiect aprobat în trecut ca exemplu
 - cum sunt analizate solicitările, cine
 - care ar trebui să fie nivelul tehnic de redactare a cererii de finanțare
 - dacă există posibilitatea de a avea un formular tip de evaluare, cum se face evaluarea

Redactarea cererii de finanțare

Generalități

Cererile de finanțare acoperă de regulă 15 până la 100 de pagini și conțin scrisoarea de înaintare, pagina de titlu, rezumat, introducere, nevoia/problema, obiective, metode, evaluare, diseminare, buget și anexe. Cererile de finanțare adresate finanțatorilor privați sunt mult mai restrânse ca volum - scrisoare de înaintare și un document de 3+4 pagini concentrate asupra problemei și soluțiilor preconizate.

1. Introducerea

Scopul introducerii este de a prezenta finanțatorului organizația precum și calificările și experiența profesională; tot aici este prezentată ideea proiectului. Încă din această secțiune este recomandat să se accentueze asupra legăturii dintre ideea proiectului și prioritățile finanțatorului, evitând concentrarea pe propria nevoie de finanțare.

Verificați modul de scriere a introducerii căutând să răspundeți la următoarele întrebări:

1. După citirea introducerii este limpede cine sunteți?
2. După citirea introducerii sunt clare obiectivele organizației?
3. După citirea introducerii este suficient de clară competența, experiența dvs. în ceea ce privește proiectul propus?
4. Introducerea conduce în mod logic la următoarea secțiune - formularea problemei?

2. Formularea problemei (obiectivului, necesității)

Problema - obiectivul - reprezintă motivul care stă la baza propunerii dvs. În formularea acesteia trebuie specificate condițiile pe care doriți să le schimbați. Este de dorit ca existența problemei să poată fi documentată cu probe din propria experiență, statistici oficiale sau alte surse. Formularea problemei trebuie să fie concisă, demonstrând totodată ca cercetările sau activitățile dvs. anterioare v-au familiarizat cu domeniul de aplicație al proiectului și justifică necesitatea investigării acestei probleme. Nu porniți de la ideea că problema este la fel de evidentă pentru toată lumea pe cât vă este dvs. Chiar dacă ar fi așa, cei care analizează solicitarea vor să știe cât de clar puteți să o formulați.

Verificați modul de formulare a problemei căutând să răspundeți la următoarele întrebări:

1. Modul de formulare demonstrează o bună înțelegere a problemei pe care doriți să o rezolvați?
2. Comunică în mod suficient de clar ce se urmărește prin proiect?
3. Indică legătura dintre proiectul dvs. și un set mai larg de probleme sau aspecte și justifică de ce ați ales această abordare particulară?
4. Stabilește în mod clar importanța și semnificația problemei?
5. Aduce suficiente argumente pentru a justifica interesul finanțatorului?
6. Demonstrează că problema este una care poate fi rezolvată?
7. Îl determină pe cel care analizează cererea să citească mai departe?
8. Indică suficient de clar relația dintre obiectivele organizației și problemă?
9. Problema și rezultatele sunt formulate în termeni de necesități umane și beneficii sociale?

O eroare comună în această secțiune constă în prezentarea problemei în termeni vagi sau generali. Nu spuneți "se știe puțin despre...", "...nu sunt suficiente informații despre..." sau "nu au fost făcute cercetări asupra.." acestei probleme.

3. Obiective

Prin declararea obiectivelor sunt specificate rezultatele proiectului, produsul (ele) final. Este foarte important ca acestea să fie foarte clare. Când scrieți obiectivele, aveți în vedere ca acestea să fie **SIMPLE**:

- Specifice** -- să indice în mod clar ce doriți să schimbați prin proiect.
- Imediate** -- să indice perioada de timp în care problema curentă va fi rezolvată.
- Măsurabile** -- să indice ce veți accepta ca dovezi ale succesului proiectului
- Practice** -- să indice în ce mod fiecare obiectiv reprezintă o soluție practică la o problemă reală
- Logice** -- să indice modul în care fiecare obiectiv contribuie la atingerea scopului general
- Evaluabile** -- să indice cât de semnificativă trebuie să fie schimbarea pentru ca proiectul să fie eficient

Fiecare obiectiv ar trebui să îndeplinească cel puțin două sau trei din cele șase criterii. De exemplu, având ca scop "îmbunătățirea condițiilor de viață pentru persoanele fără locuință din localitate", un obiectiv ar putea fi formulat astfel: "înființarea unei agenții locale în vestul localității pentru reducerea numărului persoanelor fără locuință [specific] [practic] [logic] cu 15% [evaluabil] în următoarele 24 de luni [imediat] față de situația actuală prezentată în raportul departamentului pentru bunăstare socială [măsurabil]".

O formulare corectă a obiectivelor trebuie să vă furnizeze jaloanele pe care le veți folosi pentru evaluarea derulării și succesului proiectului.

Verificați modul de formulare a obiectivelor căutând să răspundeți la următoarele *întrebări*:

1. Sunt suficient de clar prezentate ipotezele și obiectivele proiectului?
2. Sunt prezentate în mod evident obiectivele sau sunt "îngropate" într-un noian de fraze, cuvinte?
3. Sunt suficient de clare importanța, semnificația și orizontul de timp al obiectivelor?
4. Obiectivele formulate descriu în mod evident rezultatele așteptate ale proiectului?
5. Modul de formulare a obiectivelor va permite evaluarea ulterioară a acestora?
6. Modul de formulare a obiectivelor demonstrează de ce rezultatele proiectului sunt importante pentru finanțator?

Listați obiectivele specifice în nu mai mult de una sau două fraze fiecare, în ordinea importanței. Nu confundați obiectivele (rezultate) cu metodele (activități, mijloace). Un obiectiv bine formulat evidențiază ceea ce va fi făcut și când va fi făcut, în timp ce o metodă (activitate) va explica de ce sau cum vor fi făcute.

4. Metode

În această secțiune sunt prezentate în detaliu activitățile proiectului, indicând modul în care obiectivele vor fi atinse. Descrierea trebuie să includă succesiunea activităților și relațiile

dintre acestea, precum și planificarea personalului pentru derularea proiectului. Ar trebui să conțină o descriere clară a segmentului, grupului populației țintă, dacă există. Tot aici este necesar să fie discutate riscurile implicate de metoda aleasă, și de ce considerați succesul posibil de obținut. Indicați ce anume face ca abordarea dvs. să se diferențieze de alte abordări.

Colectarea datelor

Pentru fundamentarea și elaborarea proiectului va fi cu siguranță necesar să obțineți o serie de informații. Metode obișnuite de colectare a informațiilor sunt chestionare, interviuri, observații, consultare documente, statistici...

Pentru prezentarea metodelor porniți de la obiective. Descrieți cât mai precis fiecare etapă pe care o veți parcurge pentru atingerea fiecărui obiectiv, indicând ce va fi făcut, de către cine și când. Dacă nu știți cum să începeți, gândiți-vă că aveți în mână ceul finanțatorului. Care ar fi primul lucru pe care l-ați face? Ați angaja personalul necesar? Ați comanda echipamentul? Ce ați face în continuare?

Repetati întrebarea și dați răspunsul potrivit și veți constata că ați acoperit conținutul acestei secțiuni.

Odată ce ați stabilit succesiunea activităților pe care le veți desfășura pentru finalizarea proiectului, reprezentați jaloanele principale pe o diagramă timp-sarcină (activitate). Reprezentarea grafică a realizării proiectului permite împărțirea acestuia în etape care pot fi ușor gestionate și totodată dă celor care analizează propunerea posibilitatea să știe exact ce veți face și când. De asemenea, acest mod de lucru indică finanțatorilor că aveți abilități de organizare și planificare, că aveți în minte principalele etape de realizare a proiectului și nu solicitați bani "la noroc". Le oferă acestora o hartă a teritoriului pe care vreți să îl acoperiți. Reprezentarea grafică constituie un rezumat clar a întregii secțiuni privind metodologia.

5.Evaluare

Evaluările indică ceea ce se întâmplă cu adevărat în proiectul dvs. astfel încât să puteți îmbunătăți eficiența proiectului. Pornind de la informațiile din evaluare, puteți face o mai bună alocare a resurselor, vă puteți îmbunătăți serviciile și îmbunătăți performanța de ansamblu a proiectului. În afara acestor efecte imediate, prin evaluare pot fi identificate și alte necesități ce pot face obiectul următoarelor solicitări de finanțare.

Dacă doriți să includeți această secțiune în cererea dvs. dar nu știți cum ar putea fi făcut acest lucru, încercați să obțineți informațiile necesare consultând proiecte similare anterioare sau rugați un coleg sau un specialist să vă ajute. Fie că utilizați un evaluator intern fie că utilizați unul extern, implicați-i în procesul de elaborare a propunerii. Puneți-le la dispoziție o copie după obiectivele proiectului. Solicitați ca aceștia să precizeze ce va fi evaluat, ce informații vor fi necesare pentru evaluare, de unde vor fi obținute informațiile, ce instrumente de colectare a informațiilor vor folosi, ce metode de evaluare vor folosi, ce analize vor fi efectuate, la ce întrebări vor putea răspunde în urma evaluării.

Cum se face evaluarea.

Evaluarea constă de regulă într-un proces în patru etape.

1. Stabiliți în mod precis ce va fi evaluat. Dacă ați scris obiective măsurabile, știți deja ce să evaluați
2. Descrieți metodele pe care le veți utiliza pentru evaluarea fiecărui obiectiv. Trebuie să precizați ce informații vor fi necesare pentru evaluare și cum le veți obține.

3. Proiectați detaliat modul de evaluare. Specificați analizele pe care le veți efectua și metodele de colectare și interpretare a datelor necesare evaluării fiecărui obiectiv.

4. Indicați datele ce vor rezulta în urma analizelor și modul cum vor fi utilizate. Prezentați formatele preconizate în care vor fi centralizate rezultatele.

După cum ați observat, primele două etape sunt deja parcurse dacă ați completat secțiunile propunerii referitoare la obiective și metode. Cu alte cuvinte, înainte de a începe evaluarea propriu-zisă jumătate din treabă este făcută.

Verificați modul de formulare a secțiunii privind evaluarea căutând să răspundeți la următoarele întrebări:

1. Ați indicat de ce evaluarea este necesară în proiect?
2. Ați definit ce înțelegeți prin evaluare?
3. Ați identificat în mod clar scopul evaluării și cui îi vor folosi rezultatele acesteia?
4. Ați prevăzut o metodă specifică de evaluare pentru fiecare obiectiv al proiectului?
5. Ați elaborat un plan de evaluare?
6. Este suficient de clar că modul de evaluare preconizat este cel mai relevant pentru proiect?
7. Sunt suficiente elemente pentru a indica în ce măsură proiectul este practic, relevant și generalizabil?
8. Sunt prezentate informațiile necesare pentru efectuarea evaluării, sursele potențiale de informații și instrumentele ce vor fi folosite pentru colectarea informațiilor?
9. Sunt prezentate suficient de clar rapoartele ce vor fi puse la dispoziția finanțatorului, ce conțin și când vor fi transmise?

Includeți o componentă de evaluare pentru fiecare obiectiv al proiectului. Includeți exemple de chestionare, instrumente de colectare a datelor, formulare de analiză și alte metodologii de evaluare pentru a demonstra credibilitatea secțiunii privind evaluarea. Dacă folosiți evaluatori externi, identificați costurile și oferiți dovezi privind credibilitatea acestora (experiență, calificări)

6. Diseminare

Scopul diseminării . Diseminarea reprezintă mijlocul prin care dați și altora posibilitatea să afle despre proiectul dvs. - scop, metode, realizări. Printre altele, este un mod de a face publicitate finanțatorului dar și dvs. Nu e suficient să spuneți că veți publica un articol sau o comunicare. Indicați ce titluri veți folosi, la ce ziare veți transmite articole și când. Indicați la ce întâlniri, conferințe și unde veți prezenta comunicări.

Verificați modul de formulare a secțiunii privind diseminarea căutând să răspundeți la următoarele întrebări:

1. Ați indicat de ce sunt importante activitățile de diseminare pentru proiectul dvs.?
2. Ați identificat în mod clar rezultatul așteptat în urma efortului de diseminare?
3. Ați inclus un plan fezabil pentru diseminare?
4. Ați descris pe scurt orice potențial produs al activității de diseminare?
5. Ați oferit suficiente detalii referitoare la procedurile de diseminare pentru a justifica solicitarea de buget?
6. Ați indicat în mod clar cine va fi responsabil cu diseminarea și de ce este persoana potrivită?

Posibilități de diseminare: buletin informativ al proiectului, conferințe și seminarii, vizite la "locul faptei", rapoarte intermediare, articole în ziare, manuale sau cărți, demonstrații, materiale audiovizuale, conferințe sau comunicate de presă, anunțuri pe internet, pagini web, faxuri.

7. Bugete

Bugetul proiectului reprezintă mai mult decât o simplă prezentare a cheltuielilor propuse; este un alt mod de a prezenta proiectul în sine. Finanțatorii vor analiza bugetul pentru a vedea cum susține activitățile propuse. Bugetele incomplete indică o pregătire greoaie. Bugetele exagerate semnaleză pierderi. Bugetele reduse ridică semne de întrebare asupra abilităților dvs. de planificare.

Capitole de buget permise. În afara cazurilor în care finanțatorul indică în mod clar formatul de prezentare a bugetelor, puteți include capitole referitoare la remunerații, cheltuieli de deplasare, echipamente, materii prime și materiale, reparații, întreținere echipamente, instruirii, taxe, publicații, cheltuieli poștale, telefon...

Costuri directe sunt cheltuielile explicite aferente proiectului. De regulă sunt împărțite în cheltuieli de personal și cheltuieli materiale. Cheltuielile cu personalul includ salarii, tarifele consultantilor și beneficii?. Cele materiale se referă la echipamente, materii prime și materiale, călătorii și taxe.

Spațiile de lucru și utilitățile pot fi considerate costuri directe sau incluse în costurile indirecte.

Costuri indirecte sunt costuri reale greu de evidențiat, cum ar fi administrarea generală a proiectului, utilizarea bibliotecii, spațiu și echipament, ținerea evidenței contabile. Deși este posibil să identificați

acești factori ca niște costuri pentru proiect, este dificil să îi cuantificați - dar în termeni reali ei reprezintă costuri pentru proiectul dvs.! Mulți finanțatori permit calcularea acestora ca procent din costurile directe.

Uneori este folosit termenul de cheltuieli administrative în loc de indirecte.

Contribuția proprie. Este posibil în unele cazuri ca finanțatorul să ceară solicitantului să contribuie cu o cotă parte la costurile proiectului. Contribuția poate fi în bani sau în natură.

Verificați modul de formulare a bugetului căutând să răspundeți la următoarele întrebări:

1. *Bugetul elaborat asigură suficiente resurse pentru a duce proiectul la final?*
2. *Ați inclus o scurtă descriere pentru a justifica principalele categorii de buget?*
3. *Ați prezentat bugetul în formatul solicitat de finanțator?*
4. *Ați prezentat suficiente detalii pentru ca finanțatorul să înțeleagă cum au fost calculate diferitele categorii de buget?*
5. *Ați separat costurile directe de cele indirecte și ați indicat ce conțin acestea din urmă?*
6. *Categoriile de buget au legătură cu obiectivele proiectului?*
7. *Ați inclus anexe pentru a justifica solicitările neobișnuite?*
8. *Ați identificat costurile de evaluare și diseminare?*

Căutați ca modul de prezentare a calculelor să fie cât mai clar/detaaliat: nu călătorii - 300 USD ci 27 USD/călătorie x 12 călătorii = 324 USD. Indicați numele, locația și data. Estimați consumabilele de birou la o medie de y USD/lună/personă. Listați din ce anume se compun remunerațiile și beneficiile?, inclusiv taxele aferente. Dacă proiectul se derulează pe etape, identificați costurile fiecărei etape. Nu umflați bugetul cu cheltuieli privind serviciile, întreținerea, asigurări. Dacă anticipați că este necesară instruire pentru utilizarea noilor echipamente achiziționate, includeți aceste costuri în buget.

8.Rezumat

De regulă rezumatul se scrie la finalul elaborării cererii de finanțare dar este totodată prima secțiune citită de finanțator. Trebuie scris cu multă atenție, urmărind ca acesta să prezinte proiectul într-un mod cât mai convingător. Este de dorit să ofere o imagine rapidă a ceea ce vă propuneți să faceți și o înțelegere clară a importanței proiectului. Rezultatele proiectului trebuie identificate în mod clar.

Nu scrieți rezumatul până nu ați terminat de pregătit propunerea. Limitați-vă la 250-500 cuvinte. Includeți cel puțin câte o frază referitoare la problemă (nevoie), obiective și metode, utilizând titlurile subcapitolelor din propunere.

9.Anexe

Anexele conțin informații adiacente propunerii dvs., cum ar fi copii după articole, definirea unor termeni, date privind subcontractarea, pre-acorduri de colaborare, tabele cu date, certificări, liste ale membrilor colectivului de conducere, CV-uri, rapoarte anuale (bilanț), organigrame, scrisori de sprijin...

10.Aspectul propunerii

Deși veți consuma destul de mult timp lucrând la conținutul propunerii, ar trebui să aveți în vedere totodată și modul de prezentare, aspectul acesteia. Așa cum aspectul hainelor este important în lumea afacerilor pentru stabilirea primei impresii, și aspectul propunerii dvs. este important pentru cel care o analizează. Priviți cu atenție materialele elaborate de finanțator. Folosiți același tip de caractere, același stil pentru titluri, spațiere.

Căutați să anticipați în mod vor citi propunerile cei care vor acorda finanțarea. Atunci când sunt multe propuneri de citit în scurt timp, citirea va fi "pe diagonală"; dacă există un formular de evaluare care punctează anumite secțiuni ale propunerii, modul de citire va fi "prin căutare"; dacă este suficient timp, modul de citire va fi critic.

Următorul tabel indică cele mai potrivite tehnici de redactare pentru fiecare stil de citire descris anterior.

Stilul de citire

În diagonală

Prin căutare

Critic

Tehnica de redactare

Spații albe

Titluri

Marginile din dreapta nealiniate

Caractere îngroșate

Liste

Exemple

Legături

Tipul caracterelor

Spațiile între rânduri

Caractere îngroșate. Sunt mai ușor de citit decât cele subliniate, aplecate sau capitalizate - ca mijloc de a accentua ideile. Folosiți aceste caractere pentru a accentua doar cuvintele cheie, dar nu exagerați.

Editare. Revizuiți, reduceți, rearanjați și rescrieți pentru a îmbunătăți. Sunt toate secțiunile în ordinea cea mai potrivită? Aspectul este plăcut și ușor de citit?

Ghidul finanțatorului. Citiți și recitiți ghidul oferit de finanțator și respectați tot ce se indică acolo!

Titluri. Titlurile și subtitlurile acționează ca un cuprins plasat chiar în conținutul propunerii; utilizarea lor dă cititorului posibilitatea de a identifica rapid principalele idei și organizarea propunerii dvs.

Liste. Listele ajută la transmiterea rapidă a mesajului către cititor. Pentru că sunt ușor de citit rapid, ele oferă rapid bucățele de informații. Utilizați liste numerotate atunci când trebuie urmată o anumită secvență. Utilizați liste cu bulinute atunci când elementele listei sunt egale ca importanță

Numerotarea paginilor. Plasați numerele paginilor în colțul din dreapta sus sau jos în mijloc. Nu numerotați prima pagină.

Claritatea scrierii. Citiți de mai multe ori propunerea, la intervale de timp mai mari, pentru a ieși puțin din context, urmărind

Conținutul - sunt ideile prezentate complet? Ați scris tot ceea ce era necesar?

Forma - este organizată logic propunerea? Faptele și cifrele prezentate sunt corecte? Ideile sunt exprimate clar? Aspectul vizual este plăcut?

Mecanica - cuvintele sunt scrise corect, în special numele? Semnele de punctuație, acordurile, gramatica?

Marginile din dreapta nealiniat. Sunt mai ușor de citit pentru ochi.

Legăturile. Se referă la cuvintele și frazele de legătură între idei; utilizarea lor conferă o mai mare coerență. Cuvinte, fraze comune:

Adăugare - de asemenea, mai mult, în plus, și de aceea, în continuare, în afară de, la fel de important, apoi, următorul, în final, primul, al doilea, ultimul, totodată

Exemplu - de exemplu, de aceea, ca o ilustrare, în mod specific, în particular, într-adevăr, cu alte cuvinte, pentru a exemplifica

Rezultat - de aceea, în consecință, deci, în concordanță cu, datorită acestui, ca rezultat, pe scurt, altfel, cu adevărat, ceea ce a determinat, ceea ce a produs

Rezumat - ca rezultat, de acum încolo, în concluzie, pentru a concluziona, în consecință...

Spațiul alb. Folosiți spațiile pentru a sparge textele lungi. Pot indica sfârșitul unei secțiuni și începutul alteia, sau pot delimita o idee importantă. Utilizarea judicioasă a spațiilor albe sparge propunerea în bucățele ușor de digerat.

SUCCES!!!!