



**ОТЧЕТ**  
**ОБ ОЦЕНКЕ КОНКУРСА**  
социально значимых проектов  
мэрии города Новосибирска

г. Новосибирск,  
май 2015 г.

---

/

Исполнитель оценки:

НП «Информационно-Аналитический центр развития гражданских инициатив»

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ</b>	<b>2</b>
<b>1. ВВЕДЕНИЕ. ФАКТОЛОГИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ</b>	<b>3</b>
1.1.Общая информация по проведению оценки	3
1.2.Методология аналитической работы	6
1.3.Защита участников оценки и вопросы этики	7
1.4.Фактологическая информация	7
<b>2.ОБЩИЕ КОММЕНТАРИИ ПО СИТУАЦИИ. ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ФАКТОВ</b>	<b>9</b>
<b>3. ИТОГИ ОЦЕНКИ. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ</b>	<b>10</b>
3.1.Выводы и рекомендации по подготовке конкурса	10
3.2.Выводы и рекомендации по проведению конкурса	12
3.2.1.Комментарии и предложения по направлениям конкурса	12
3.2.2.Комментарии и предложения по критериям оценки заявок	13
3.3.Выводы и рекомендации по работе с победителями после подведения итогов конкурса	15
3.3.1.Комментарии по семинару для победителей после конкурса	16
3.4.Комментарии по имиджу конкурса	16

---

## **СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ**

СО НКО – социально ориентированные некоммерческие организации.

НКО - некоммерческие организации.

РЦ – ресурсный центр.

МЭР – Министерство Экономического Развития Российской Федерации.

# **1. ВВЕДЕНИЕ. ФАКТОЛОГИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

## **1.1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ОЦЕНКИ**

В апреле-мае 2015 г. Некоммерческим Партнерством «Информационно-Аналитический Центр Развития Гражданских Инициатив» (НП «ИНА-Центр») совместно с мэрией города Новосибирска была проведена оценка конкурса социально значимых проектов мэрии. Оценка проводилась в рамках работ, нацеленных на повышение эффективности проводимых конкурсов. Заказчиком являлось Управление общественных связей мэрии г.Новосибирска.

Цель Заказчика оценки: повысить эффективность проводимых Управлением общественных связей мэрии г.Новосибирска конкурсов СО НКО.

Задача исполнителя оценки: разработать рекомендации, направленные на совершенствование процедур конкурсного отбора проектов СО НКО и предоставить общие рекомендации по организации и проведению конкурса.

**Вашему вниманию мы предоставляем сокращенный вариант отчета. Полный вариант содержал следующие пункты:**

### СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

#### 1. ВВЕДЕНИЕ. ФАКТОЛОГИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

1.1.Общая информация по проведению оценки

1.2.Методология аналитической работы

1.3.Защита участников оценки и вопросы этики

1.4.Фактологическая информация

#### 2.ОБЩИЕ КОММЕНТАРИИ ПО СИТУАЦИИ. ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ФАКТОВ

#### 3. ИТОГИ ОЦЕНКИ. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

3.1.Выводы и рекомендации по подготовке конкурса

3.1.1.Комментарии по брошюре

3.1.2.Комментарии по семинару для заявителей перед конкурсом

3.2.Выводы и рекомендации по проведению конкурса

3.2.1.Комментарии и предложения по направлениям конкурса

3.2.2.Комментарии и предложения по критериям оценки заявок

3.3.Выводы и рекомендации по работе с победителями после подведения итогов конкурса

3.3.1.Комментарии по семинару для победителей после конкурса

3.4.Комментарии по имиджу конкурса

#### ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПРИМЕР ОЦЕНОЧНОЙ АНКЕТЫ ЭКСПЕРТА

1.1. ПРИМЕР ОЦЕНОЧНОЙ АНКЕТЫ ДЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОВ-СТАРТАПОВ

1.2. ПРИМЕР ОЦЕНОЧНОЙ АНКЕТЫ ДЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОВ ОПЫТНЫХ СО НКО

#### ПРИЛОЖЕНИЕ 2. КОММЕНТАРИИ И РЕКОМЕНДАЦИИ РЕСПОНДЕНТОВ ИЗ СО НКО ПО КОНКУРСУ

1. Комментарии по подаче заявки

2.Комментарии по доступности информации по конкурсу

3.Комментарии по условиям конкурса

4.По ходу реализации проектов для улучшения качества работы по проектам и для повышения эффективности конкурса

5.Для обеспечения прозрачности конкурсы и улучшения его имиджа

#### ПРИЛОЖЕНИЕ 3. КОММЕНТАРИИ РЕСПОНДЕНТОВ ПО ПОДГОТОВКЕ ПРОЕКТОВ И ИХ ВЫПОЛНЕНИЮ

1.Комментарии по часто встречающимся вопросам при подготовке проектов и при выполнении проектов и отчетности

2. Комментарии по брошюре

3.Комментарии по семинару для заявителей перед конкурсом

4.Комментарии по семинару для победителей после конкурса

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ПРИМЕРНЫЙ ПЛАН СЕМИНАРА ДЛЯ ЗАЯВИТЕЛЕЙ ПЕРЕД КОНКУРСОМ

ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ПРИМЕРНЫЙ ПЛАН СЕМИНАРА ДЛЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ ПОСЛЕ КОНКУРСА

ПРИЛОЖЕНИЕ 6. ПРОЕКТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ В ПОЛОЖЕНИЕ О ПРОВЕДЕНИИ КОНКУРСА СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ ПРОЕКТОВ, РАЗРАБОТАННЫХ НКО И ФИЗИЧЕСКИМИ ЛИЦАМИ – ВЫБОРНЫМИ ЛИЦАМИ, АКТИВИСТАМИ ТОС, ДЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СУБСИДИЙ В ВИДЕ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ГРАНТОВ В СФЕРЕ ПОДДЕРЖКИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНИЦИАТИВ

---

Краткие количественные итоги последнего прошедшего конкурса на предоставление субсидий из городского бюджета социально ориентированным некоммерческим организациям отражены в *Таблице 1*. Субсидии для крупных организаций (общей суммой 5 млн.руб.) в данный отчет не вошли.

*Таблица 1.Информация по конкурсам*

<i>Финансовое обеспечение</i>	<i>10 000 000 руб.</i>
Подано заявок	322
Получили финансирование	122

Таким образом, было поддержано более трети заявок, это средний показатель для конкурсов такого типа – он позволяет сохранить конкурентный подход, но при этом количество недовольных обычно бывает невелико, так как больше, чем каждый третий заявитель, получили финансирование. Средняя сумма, выделенная на проект, составляет около 50 000 рублей при максимальной сумме 150 000 рублей.

В целом, все респонденты отметили высокую значимость конкурса для жизни города. Общее мнение респондентов можно сформулировать так: **конкурс улучшает качество жизни горожан и позволяет решить именно те проблемы, которые важны с точки зрения самих жителей, причем силами самих жителей, без привлечения дополнительных сил администрации – и это выгодно для города и его бюджета.**

На *Диаграммах 1 и 2* приведена информация о респондентах. 57,9% от общего количества респондентов имеют опыт побед в конкурсах. Среди тех, кто участвовал в конкурсах различного уровня, 66,1% рано или поздно победили. Общее количество участия в конкурсах – 236 раз, то есть в среднем 4 раза на одного респондента.

Диаграмма 1. Информация об участии в конкурсах

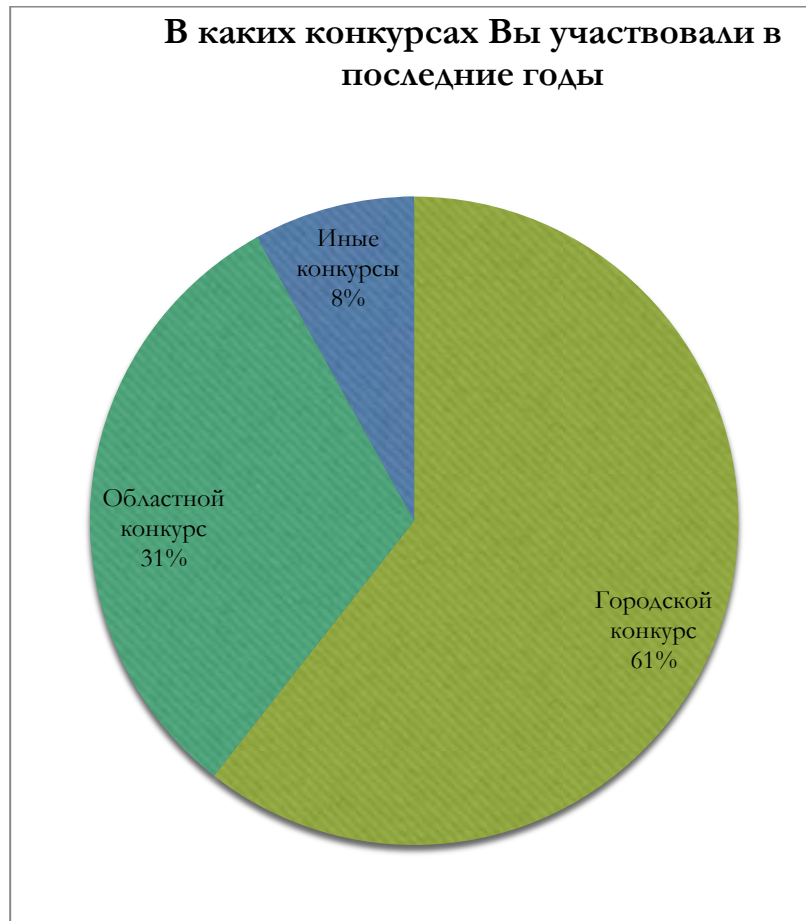
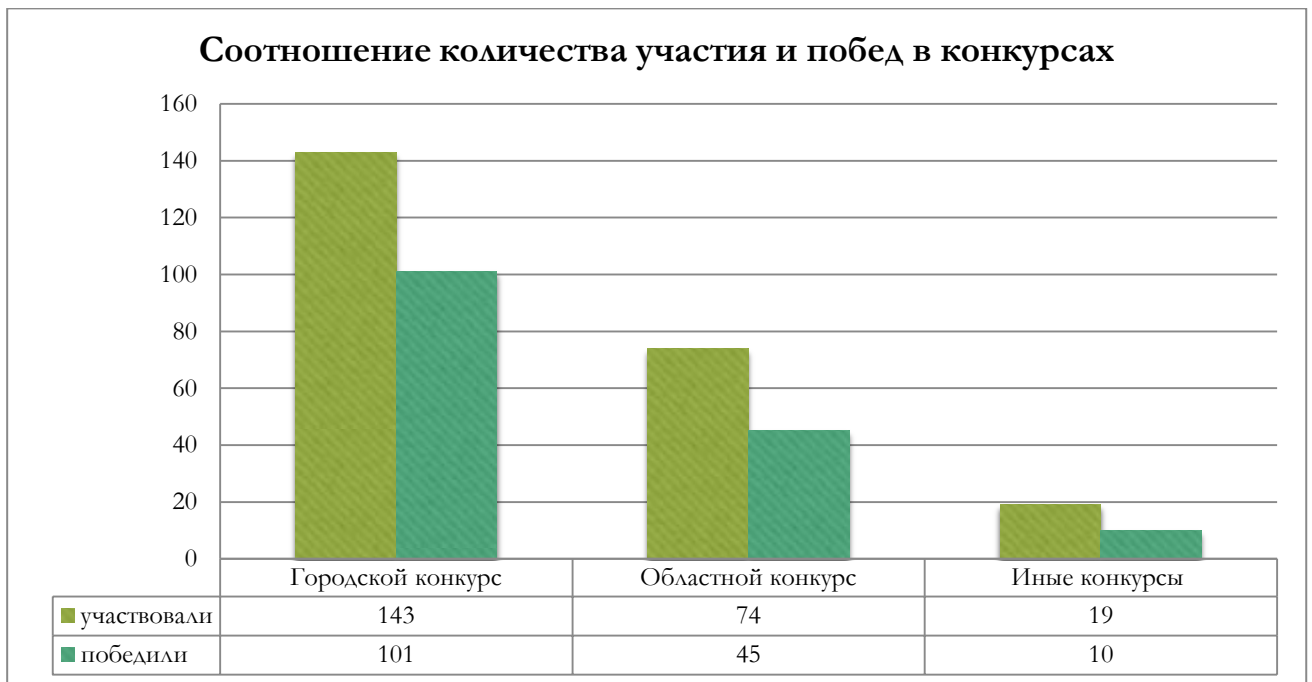


Диаграмма 2. Информация о респондентах



## 1.2.МЕТОДОЛОГИЯ АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

Для полной всесторонней оценки конкурса рекомендуется проводить **оценку, основанную на принципе триангуляции**: «минимум три метода, минимум три группы респондентов». Данный принцип в максимальном объеме предполагает использование следующих методов:

- Структурированное интервью;
- Фокус-группа;
- Анкетирование;
- Кабинетный анализ.

При проведении полной оценки респонденты делятся на следующие группы:

- Руководители / сотрудники СО НКО-победителей;
- Представители власти;
- Эксперты конкурсной комиссии;
- Эксперты СО НКО;
- Эксперты РЦ;
- Представителей целевых аудиторий проектов, являвшиеся благополучателями;
- Представителей целевых аудиторий проектов, не являвшиеся благополучателями;
- Руководители / сотрудники СО НКО, участвовавших, но не победивших в конкурсе;
- Руководители / сотрудники СО НКО, не участвовавших в конкурсе.

В нашем случае проведения оценки были использованы три метода – Фокус-группа, Структурированное экспертное интервью и Кабинетный анализ. Респондентами явились 64 человека, а именно:

- 57 представителей СО НКО, из них:
  - Руководители / сотрудники СО НКО-победителей (33 человека или 57,9% от общего количества респондентов);
  - Руководители / сотрудники СО НКО, участвовавших, но не победивших в конкурсе (12 человек или 21,05%);
  - Руководители / сотрудники СО НКО, не участвовавших в конкурсе (12 человек или 21,05%);

- Эксперты (7);
- Эксперты РЦ (11 – администраторы и сотрудники РЦ);

Таким образом принцип триангуляции был соблюден.

### 1.3. ЗАЩИТА УЧАСТНИКОВ ОЦЕНКИ И ВОПРОСЫ ЭТИКИ

При проведении исследования была обеспечена защита персональных данных участников оценки. Перед началом сбора данных респонденты, которые принимали участие в фокус-группах, заполняли регистрационные листы с пометкой, что они дают свое согласие исполнителю оценки на обработку своих персональных данных. Также все респонденты были уведомлены, что их ответы и комментарии будут обобщены и использованы в анонимном и обобщенном виде.

### 1.4. ФАКТОЛОГИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

На Диаграммах 3-5 приведена более подробная информация о респондентах. 96% респондентов из СО НКО планируют продолжать участие в конкурсах.

*Диаграмма 3. Планы респондентов по участию в конкурсах*

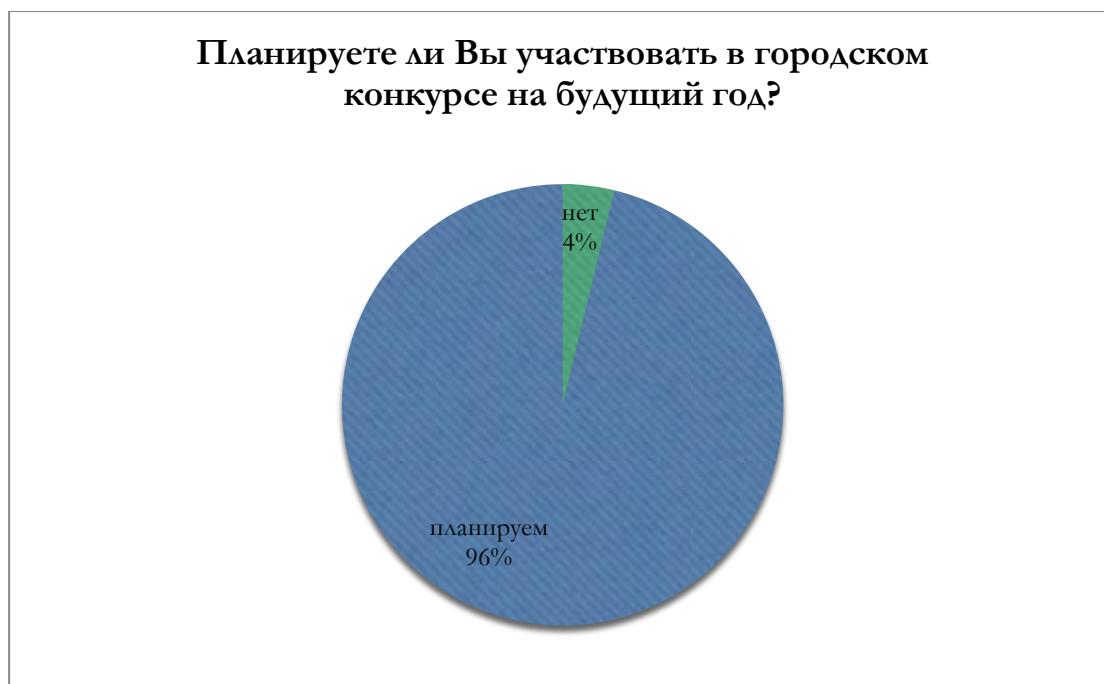
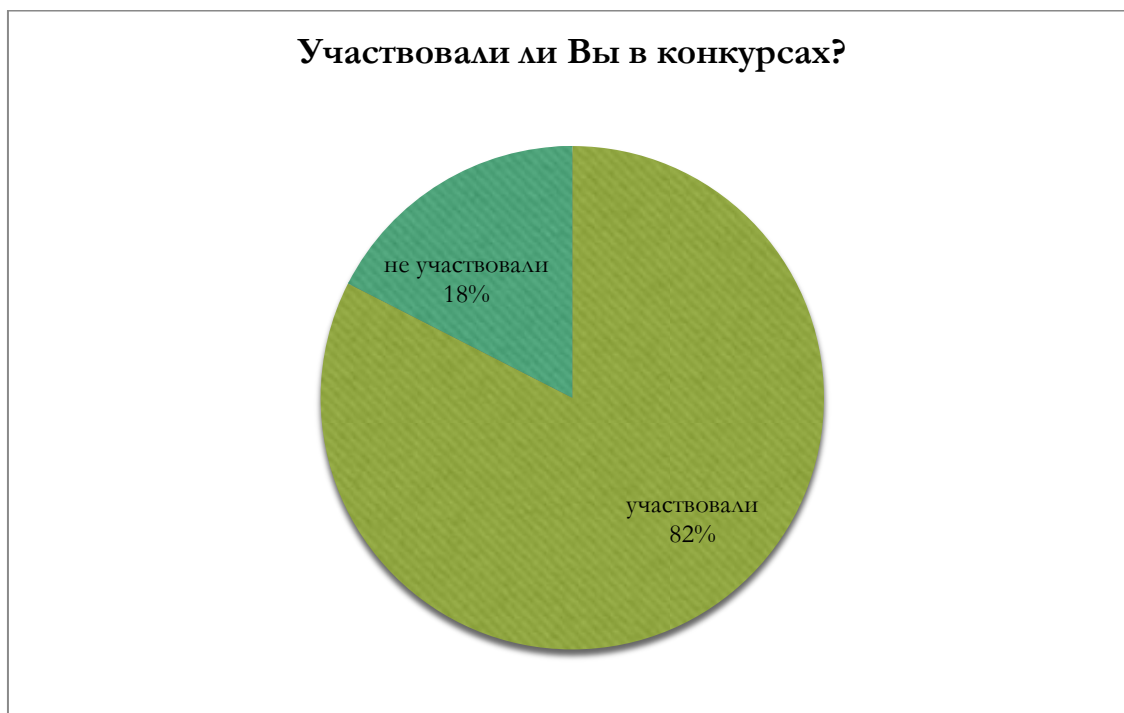
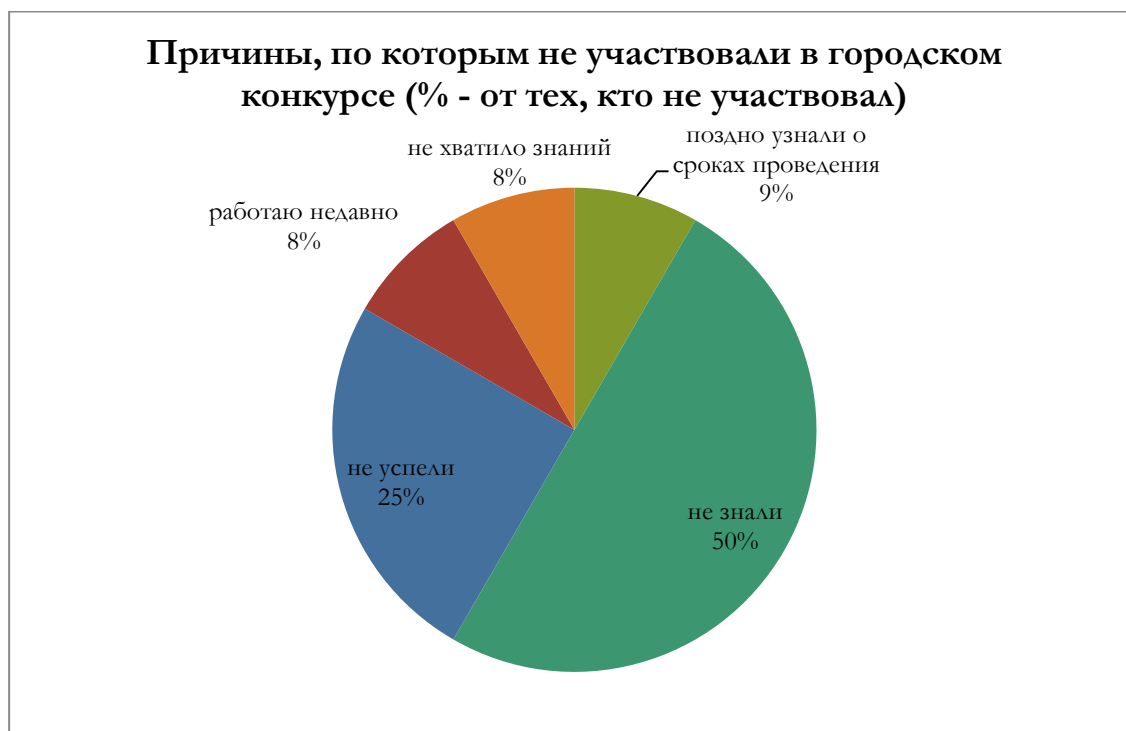


Диаграмма 4. Опыт участия в конкурсах



Те респонденты, которые не принимали участие в конкурсах, в качестве основной причины неучастия указали, что не знали о конкурсе либо не успели подготовить проект.

Диаграмма 5. Причины неучастия в конкурсах



Фактические данные, включая мнения респондентов, с цитатами, приведены в Приложениях 2-3.



**В конце фокус-групп после обсуждения респонденты подводили итоги, используя количественные показатели (выполнялось шкалирование). По итогам составлена Таблица 2.**

*Таблица 2. Шкалирование: оценка конкурса с точки зрения СО НКО*

	<i>в той или иной степени удовлетворены</i>
Информационная поддержка и доступность информации	88,4%
Профессиональная компетентность консультантов	89,4%
Возможность обращения за консультацией	92,4%
Удобство формы заявки	91,9%
Обоснованность прилагаемых документов	89,2%
Достаточность времени на подготовку заявки	92,1%
Прозрачность конкурсной процедуры	47,2%
Понятность конкурсной процедуры	71,5%
Удовлетворенность процедурой оформления договора	96,9%
Удовлетворенность процедуры перечисления средств	93,6%
Удобство процедуры отчетности	97%
Удобство формы отчетов	97%

## **2.ОБЩИЕ КОММЕНТАРИИ ПО СИТУАЦИИ. ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ФАКТОВ**

В целом 100% респондентов отметили, что конкурс важен для города и его надо продолжать. В начале проведения фокус-групп респондентам задавался открытый вопрос о целях проведения конкурса. Мнение респондентов отражено в Таблице 3.

*Таблица 3.Цели конкурса по мнению СО НКО*

<i>Цель конкурса</i>	<i>Характеризующая мнение цитата</i>	<i>% назвавших эту цель</i>	<i>Интерпретация</i>
Для улучшения качества жизни горожан	«чтобы улучшить качество жизни горожан»	50	Миссия конкурса
Обеспечение человеческими ресурсами для решения	«решение местных проблем руками самих жителей»	37,5	Финансовая эффективность

проблем – чтобы не привлекать различные службы и другие организации			
Чтобы решить социальные проблемы, которые наиболее актуальны именно с точки зрения жителей	«жители лучше знают свои проблемы и поэтому решают именно то, что надо»	37,5	Близко к задекларированной в Положении целью конкурса
Чтобы активизировать население	«чтобы жители города стали активнее, потом и другие проблемы города решали»	37,5	Близко к задекларированной в Положении целью конкурса
Чтобы, сделав небольшой вклад из бюджета, получить гораздо больший финансовый результат	«получают с рубля – два, а то и пять или даже больше»	25	Финансовая эффективность
Чтобы объективно распределить ресурсы, так как финансовые ресурсы ограничены	«денег мало, поэтому приходится давать не всем, а конкурс»	25	Суть конкурсного подхода

Согласно положению, утвержденному постановлением мэрии города Новосибирска от 25.12.2013, **цель конкурса – привлечение некоммерческих организаций, физических лиц – выборных лиц, активистов территориальных общественных самоуправлений к решению вопросов местного значения, поддержка их деятельности** на основе развития общественных инициатив и активности граждан.

В целом, **однозначно высокую оценку конкурса подчеркивает тот факт, что более 96% участников фокус-групп планируют участвовать в конкурсе на будущий год.**

### **3. ИТОГИ ОЦЕНКИ. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ**

#### **3.1. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ КОНКУРСА**

Большинство заявителей **узнали о конкурсе** в ресурсных центрах. Многие регулярно просматривали сайт мэрии, ожидая объявления о конкурсе. 88,4% респондентов удовлетворены информационной поддержкой. 87,5% респондентов высказали предложение информировать о начале конкурса через телевидение.

Все, кто потенциально мог участвовать в конкурсе и потенциально мог победить, информацию о нем **получили своевременно** и имели возможность проконсультироваться, подготовить заявку и подать ее. Многие обращали внимание на хорошую работу консультантов в РЦ: 52,6% респондентов оценили на **«отлично» работу консультантов**. В целом почти 90% респондентов в той или иной мере удовлетворены работой консультантов.

**Форма заявки в целом устраивает** заявителей, за исключением некоторых представителей ТОС, которые воспринимают свой проект не через призму проектной логики, а как отдельное мероприятие. Это еще раз подчеркивает, что ТОСы не должны подавать свою текущую деятельность на конкурс. 91,9% респондентов удовлетворены формой заявки. Пакет документов разумен и вполне доступен, что подтвердили 89,2% респондентов.

Экспертами было высказано предложение, и мы его поддерживаем, о целесообразности **включения в пакет документов, подписываемых победителями, формы отчета, в которую также должна входить форма регистрации благополучателей с фразой про согласие на обработку данных.** Победители должны подтверждать, подписывая документы, что они ознакомлены с этими формами. Наличие списков благополучателей позволит проводить мониторинг и оценку проектов.

Вопросов по бюджету, по статьям и прочим финансовым вопросам не возникало по ходу подготовки проекта. Вопросы возникали только при выполнении, о чем написано в Приложении 3.

Времени между объявлением о конкурсе и крайним сроком подачи заявки было достаточно, что отметили 92,1% респондентов. Не хватило времени чуть менее 8% респондентов.

**Процесс подачи заявки удобен**, но некоторые респонденты отмечали, что система часто зависает и сложно определить, сохранилась ли заявка и была ли она отправлена.

В Приложении 3 приведены часто возникающие вопросы по конкурсу от заявителей. **На основе вопросов можно сделать вывод о необходимости подготовки брошюры (по проектным и финансовым вопросам) и проведения семинара для заявителей (перед подачей заявок) и для победителей (после оглашения итогов конкурса).**

**Для того, чтобы при подготовке и проведении каждого конкурса иметь информацию о том, какие заявки были поданы ранее, какие проекты были поддержаны и какие из них были успешно реализованы, рекомендуем к тиражированию, какие есть риски и тд. – мы рекомендуем создать базу проектов.** В базе хранится формализованная информация по всем проектам и легко фильтровать информацию по определенным признакам.

### 3.2. Выводы и рекомендации по проведению конкурса

Все заявители были осведомлены о составе конкурсной комиссии. Профессионализм членов комиссии вопросов не вызывал.

Активную дискуссию вызвал вопрос о необходимости электронного голосования. Практически все респонденты сошлись во мнении, что это необъективный способ оценки проекта. Высокий балл ни в коей мере не подчеркивает значимость проекта, но показывает активность заявителей, преимущественно в молодежной среде, а также позволяет привлечь внимание широких слоев населения к проекту. Альтернативных способов участия населения в выборе лучших проектов предложено не было. **Поэтому голосование целесообразно оставить лишь как PR-механизм, но при подсчете баллов не учитывать.**

**Очную защиту по мнению респондентов надо делать однозначно.** На защите эксперты должны вести себя более официально по отношению ко всем проектам, не показывая дружеских отношений к некоторым заявителям и должны быть объективными и беспристрастными.

Защиты в районах имеют как практическую направленность, так и образовательную (потренироваться) и информационную (рассказать коллегам о проекте) и практически **100% респондентов сошлись во мнении, что районные защиты обязательно должны быть.**

Самым сложным был блок вопросов по прозрачности конкурса. Конкурсная процедура понятна 71,5% респондентов.

Рекомендации с точки зрения СО НКО приведены в Приложении 2.

#### 3.2.1. Комментарии и предложения по направлениям конкурса

Респондентами были высказаны предложения по добавлению новых направлений в конкурс, в частности респонденты порекомендовали сделать наряду с тематическими номинациями три крупных направления – для новичков с меньшими суммами, для опытных СО НКО, и для ТОСов, чьи проекты сложно вписываются в форму проектной заявки.

Средняя сумма, выделенная на проект, составляет около 50 000 рублей. Ограничение по сумме было 150 000 рублей и многие заявители вынуждены были по решению конкурсной комиссии сокращать бюджет. Сокращение бюджета уменьшает эффективность проекта. Маленькие по сумме проекты создают иллюзию большого количества поддержанных проектов, но при этом реализовать задумки заявителей в полном объеме невозможно, что существенно снижает комплексный эффект от проектов, выполненных при конкурсной поддержке.

**По нашему мнению, действительно, надо разделить стартапы (например, до 70 000 рублей) и более крупные проекты опытных СО НКО (например, до 250 000 рублей).** При этом критерии оценки для этих двух направлений будут несколько отличаться, об это речь идет в Приложении 2.

**Для финансирования текущей деятельности ТОС, на наш взгляд, должно быть иное финансирование, нежели в рамках конкурса СО НКО, так как текущая деятельность не является проектной.** Поэтому разрабатывать отдельный формат заявки для ТОСов и выделять для них направление в рамках конкурса проектов нецелесообразно. Выделять квоты на ТОС также нецелесообразно. Те **ТОСы, которые действительно хотят реализовать проекты за рамками своей текущей деятельности, имеют возможность подавать свои заявки на конкурс как стартапы или как опытные СО НКО.**

Именно поэтому в положении о конкурсе, в соответствии с которым заявители готовят проекты, рекомендуется «благоустройство территории» заменить на «создание комфортной среды». Один из экспертов предложил закладывать для всех ТОСов определенную сумму в год на проведение мероприятий согласно предоставленному бюджету на год. Кроме того, можно проводить тематические конкурсы для ТОС, укрепляя их необходимыми ресурсами через награждение.

### **3.2.2.Комментарии и предложения по критериям оценки заявок**

При выборе проектов для финансирования рекомендуется рассматривать три группы критериев: значимость проекта для сообщества, внутренняя логика и цельность проекта, социально-экономическая эффективность проекта.

На сегодня актуальными (согласно утвержденному постановлением мэрии города Новосибирска от 25.12.2013 № 12294 (в ред. постановления мэрии города Новосибирска от 21.08.2014 № 7537) Положению о проведении конкурса социально значимых проектов, разработанных некоммерческими организациями и физическими лицами – выборными лицами, активистами территориальных общественных самоуправлений, для Предоставления субсидий в виде муниципальных грантов.) являются следующие критерии выбора проектов:

- общественно-социальная значимость проекта для жителей города;
- актуальность заявленной проблемы, на решение которой направлен проект;
- эффективность реализации проекта: соотношение затрачиваемых ресурсов и достигаемых результатов в решении поставленных целей и задач;
- размер собственного или привлеченного вклада от общего объема финансирования проекта в виде денежных средств, имущества, методик, технологий, выполнения работ, оказания услуг.

Более подробная информация приведена в Приложении 2. Общественную значимость и актуальность проблемы можно объединить в один критерий и

добавить как отдельный критерий Новизну проектной идеи и уникальность для района (чтобы поддерживать действительно актуальные проекты, которые впервые решают заявленную проблему).

На основании мнения СО НКО **рекомендуется добавить критерии** (обоснование по ним приведено в Приложении 2):

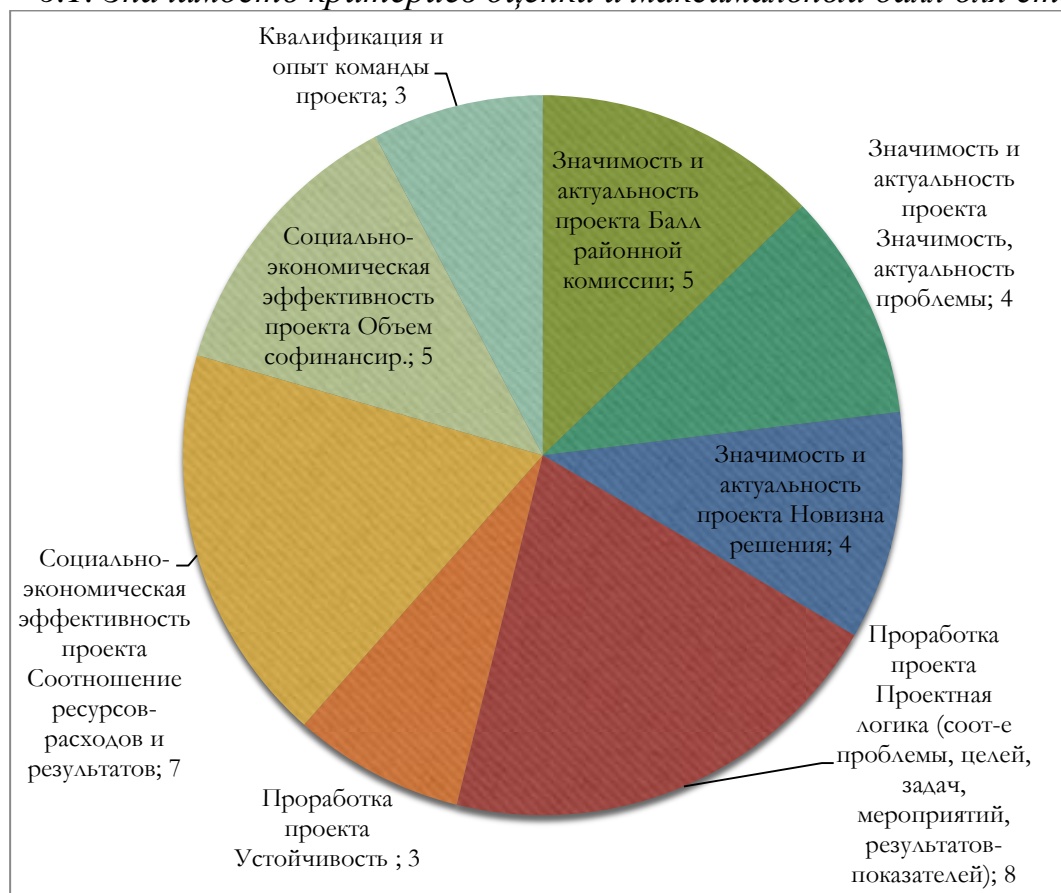
- Балл, присвоенный районной комиссией (его значимость выше для стартапов, для опытных он менее значим)
- Целостность и логичность проекта
- Устойчивость - выделить как отдельный критерий

Также стоит добавить

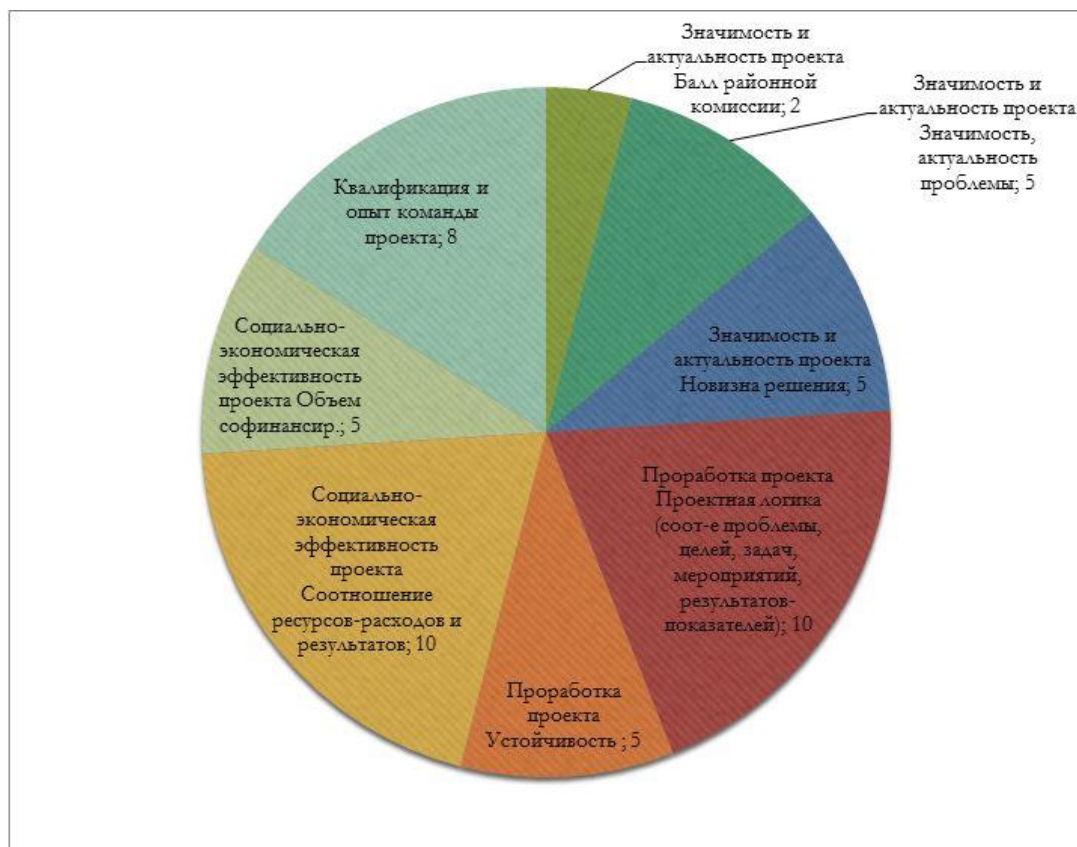
- Квалификацию и опыт команды проекта (его значимость выше для опытных, для стартапов он менее значим)

Сравнительная значимость критериев отражена на *Диаграмме 6*. На Диаграммах 6.1. и 6.2. отражена разница в значимости критериев для стартапов и для опытных СО НКО, поэтому максимальный балл по некоторым критериям отличается.

*Диаграмма 6. Предлагаемые критерии оценки и максимальный балл  
6.1. Значимость критериев оценки и максимальный балл для стартапов*



## 6.2. Значимость критериев оценки и максимальный балл для опытных СО НКО



**Итоговый вариант оценочной анкеты эксперта** - члена конкурсной комиссии с максимальными баллами приводится в Приложении 1, на двух листах – для оценки стартапов и для оценки опытных СО НКО. Максимально возможный балл по проекту – 50 баллов.

### 3.3. Выводы и рекомендации по работе с победителями после подведения итогов конкурса

Все респонденты отметили, что **проблем при заключении договоров не было**, процедурой заключения договоров удовлетворены почти 97% респондентов. **Деньги перечислялись своевременно** – лишь 1 респондент жаловался на задержку с перечислением средств, что затруднило проведение итогового мероприятия по проекту. Процедура перечисления средств также удовлетворила 93,6% респондентов в той или иной мере. У опытных СО НКО, привыкших работать с безналичными средствами вопросов вообще не возникало.

**По предоставлению отчетности проблем не было (97% удовлетворены)** и сама форма отчетов также удовлетворяет 97% респондентов, но мало кто из респондентов уже отчитался, поэтому пока можно говорить лишь об ожиданиях по отчетности, а подводить итоги рано.

Все респонденты **знали о возможности переноса средств** из одной статьи в другую. Однако, **малоопытные СО НКО не смогли воспользоваться** этой возможностью, так как представленное ими обоснование необходимости переноса показалось экспертам неубедительным и в переносе было отказано.

### 3.3.1.Комментарии по семинару для победителей после конкурса

После подведения итогов **рекомендуется провести семинар**, который имеет три цели: разъяснить, как надо вести отчетность проекту (текущий мониторинг своими силами, документооборот, финальная отчетность), как надо вести бухгалтерскую и налоговую отчетность и помочь настроить эффективное управление проектом. В Приложении 5 приводится примерный **план семинара**.

### 3.4.КОММЕНТАРИИ ПО ИМИДЖУ КОНКУРСА

**Конкурс воспринимается СО НКО как полезный, традиционный и позволяющий оперативно решать действительно значимые для жителей проблемы, причем выгодным, с финансовой точки зрения, для города образом.**

Почти все респонденты **планируют и далее участвовать** в конкурсе. Однако, фокус-группы показали, что половина респондентов хотят большей прозрачности конкурса и высказанные ими предложения включены в Приложение 2, однако, многие из них неконструктивны либо очень затратны. Респондентами было высказано лишь одно конструктивное мнение (и мы его поддерживаем) о том, как можно повысить прозрачность: **публиковать на сайте баллы экспертов (анонимно) по каждому проекту. Тогда будет видно, что поддерживаются именно те проекты, которые высоко оценили эксперты**. В качестве примеров приводился конкурс Красноярска и сайт, который обеспечивает прозрачность конкурса за счет публикации информации по оценке проектов, по самим проектам и их отчетности.

Практически на всех фокус-группах респонденты советовали освещать деятельность СО НКО по телевидению, подчеркивая при этом важность финансовой поддержки через конкурс. Предложения респондентов приведены в Приложении 2. Для повышения доступности информации по конкурсу и для привлечения внимания к СО НКО **рекомендуется размещать информацию про конкурс на городских сайтах и популярных форумах**.

Мы поддерживаем также предложение респондентов **поощрять всех участников конкурса, не зависимо от победы**, например, размещать при подведении итогов на сайте общую благодарность либо выдавать всем дипломы признания/благодарности за готовность действовать на благо города. Хотя, по мнению некоторых экспертов, это лишние расходы на изготовление дипломов.

Проект внесения изменений в Положение о проведении конкурса социально значимых проектов, разработанных НКО и физическими лицами – выборными лицами, активистами ТОС, для предоставления субсидий в виде муниципальных грантов в сфере поддержки общественных инициатив – в Приложении 6.