

Міністерство освіти і науки України

Національний університет водного господарства та
природокористування

Кафедра менеджменту

06-08-321М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до самостійного вивчення та проведення практичних занять
з навчальної дисципліни «Фандрейзинг і управління грантовими
проектами» для здобувачів вищої освіти другого
(магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою
«Управління проектами» спеціальності 073 «Менеджмент»
денної та заочної форм навчання

Рекомендовано науково-методичною радою
з якості ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 1 від 31.08.2023 р.

Рівне – 2023

Методичні вказівки до самостійного вивчення та проведення практичних занять з навчальної дисципліни «Фандрейзинг і управління грантовими проектами» вищої освіти другого (магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою «Управління проектами» спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форм навчання [Електронне видання] / Фроленкова Н. А. – Рівне : НУВГП, 2023. – 24 с.

Укладач: Фроленкова Н. А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту.

Відповідальний за випуск: Кожушко Л. Ф., завідувач кафедри менеджменту.

Керівник групи забезпечення спеціальності

Король Б. О.

© Н. А. Фроленкова, 2023
© НУВГП, 2023

ЗМІСТ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.....	4
1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
2. ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ.....	22
3. ІНДИВІДУАЛЬНА РОБОТА СТУДЕНТІВ	22
3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	23

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Під фандрейзингом прийнято розуміти процес залучення коштів та матеріальних ресурсів, які організація не може забезпечити самостійно і які необхідні для реалізації конкретного проекту або забезпечення всієї діяльності організації.

Фандрейзинг – це не соціальний збір коштів у благодійність, а продумана маркетингова стратегія. Її мета – залучення ресурсів на реалізацію завдань організації чи проекту. Ресурсами може бути як фінансові вкладення, так і технології, інструменти, устаткування, персонал.

Найчастіше даний метод практикується некомерційними організаціями і є видом ділових комунікацій між організаціями та їх реальними та потенційними постачальниками: комерційним бізнесом, спонсорами або благодійниками, а також з адміністративними органами, які контролюють державний бюджет.

Варто зазначити, що фандрайзинг значно відрізняється від пошуку та залучення інвестицій. Наприклад, метою інвесторів є отримати прибуток, а фандрайзинг спрямований на пошук коштів під проекти, які часто є соціальними і не приносять прибутку.

Метою вивчення дисципліни “Фандрейзинг і управління грантовими проектами” є формування у студентів системи знань з теорії та практики процесу пошуку грантів і залучення ресурсів на реалізацію проектів.

Основними завданнями курсу "Фандрейзинг і управління грантовими проектами" є надати студентам навички, необхідні для оцінки ідей, проектів, бізнес-планів та розробки стратегії фінансування їх реалізації; з'ясування сутності, принципів та дослідження основних понять фандрайзингу; визначення найбільш простих та зручних шляхів досягнення поставлених цілей за рахунок залучення ресурсів на реалізацію проекту; засвоєння знань про особливості організації фандрайзингової кампанії, її планування, реалізацію та оцінювання ефективності

У результаті вивчення дисципліни та виконання практичних завдань студенти набудуть **наступних компетенцій**:

Здатність до спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів);

Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість

Здатність виявляти вимоги і зміст проекту та управляти ними на основі застосування каскадних (Waterfall) та гнучких (Agile) підходів до управління проектами;

Здатність планувати та управляти термінами управління проектами, застосовуючи каскадні (Waterfall) та гнучкі (Agile) підходи із застосуванням спеціальних інформаційних систем;

Здатність планувати ресурси, закупівлі і бюджет проекту та управляти ними з урахуванням систем управління ризиками та змінами.

Програмні результати навчання за освітньою програмою:

РН4. Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї.

РН6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.

РН14. Уміти управляти змістом проекту на основі застосування каскадних (Waterfall) та гнучких (Agile) підходів до управління проектами;

РН15. Уміти планувати і управляти термінами управління проектами застосовуючи каскадні (Waterfall) та гнучкі (Agile) підходи із застосуванням спеціальних інформаційних систем;

РН16. Уміти планувати ресурси, закупівлі і бюджет проекту та управляти ними з урахуванням систем управління ризиками та змінами

1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Вивчення дисципліни студентами повинно починатись з ознайомлення з методичними вказівками. При цьому необхідно опрацювати рекомендовану літературу. Теми дисципліни необхідно вивчати у тій послідовності, яка передбачена програмою. З метою самоперевірки потрібно відповісти на запитання, розміщені в кінці кожної теми.

Тема 1. Сутність, принципи та основні поняття фандрейзингу.

Зміст теми. Визначення фандрейзингу. Принципи фандрейзингу. Основні поняття фандрейзингу. Завдання фандрейзингу. Напрямки діяльності фандрейзингу. Суб'єкти фандрейзингу. Об'єкти фандрейзингу. Правила успішного фандрейзингу. Причини невдалого фандрейзингу.

Основні положення. Фандрейзинг як явище має сьогодні декілька трактувань, наприклад:

- це збирання грошей та інших ресурсів, призначених для підтримки соціально-значущих проектів. Під іншими ресурсами розуміють послуги, товари, устаткування, інформацію, контакти необхідних людей;

- залучення сторонніх ресурсів до реалізації соціально значимих завдань, культурних проектів чи підтримки існування організації;

- це пошук спонсорів, інвесторів та інших осіб для фінансування заходу, проекту, ідеї чи організації. І це не разові збори, а пошук систематичних джерел ресурсів. Причому такий збір може проводитись як для комерційних, так і для некомерційних організацій.

- це професійна діяльність з мобілізації фінансових та інших ресурсів із різних джерел для реалізації соціально значимих та науково-дослідних неприбуткових проектів, вимагає

спеціальних знань і навичок фандрайзера, які можуть повпливати на ухвалення позитивного рішення донора.

Фандрайзинг використовується для реалізації наступних завдань:

- Пошук джерел фінансування проекту чи ідеї.
- Формування потреб організації відповідно до інтересів спонсорів.
- залучення ресурсів та збирання коштів, пожертвувань.
- Знаходження партнерів та друзів організації, підтримання постійного контакту з ними, розвиток взаємодії.
- Робота з наявними донорами, джерелами та ресурсами.
- Формування сприятливої громадської думки, авторитету та позитивної репутації.

Щоб залучити партнерів чи донорів для фінансового чи ресурсного забезпечення, спочатку треба вибудувати базові засади співробітництва. У різних компаній вони можуть відрізнятися залежно від сфери діяльності та бажаних цілей. Але є у фандрайзингу кілька основних принципів, яким рекомендується слідувати завжди:

- Довгострокове співробітництво. Намагайтеся будувати міцні зв'язки з вашими інвесторами та спонсорами.
- Поінформованість про діяльність компанії. Перед початком співробітництва якомога детальніше розберіться у діяльності донорів. Часто в офіційних джерелах можна знайти інформацію про те, які напрями для компанії є пріоритетними, скільки проектів вже вдалося реалізувати спільно, як багато грошей керівництво виділяє на фінансування.
- Конкретний план дій. Ваші майбутні спонсори повинні розуміти, яку вигоду вони отримають від співпраці і чи потрібно вкладатись у вас. Для цього побудуйте чітку, логічну та бажано коротку «дорожню карту», схему майбутнього проекту. Враховуйте всі можливі витрати, вкажіть етапи та терміни реалізації. При цьому намагайтеся аргументувати всі пункти – тож інвестори справді переконаються в окупності вкладень.

- Цікава сформульована пропозиція. Адже важливо не тільки зрозуміло розписати план, а й красиво, переконливо піднести його. Тут можна показати, що ваша ідея має користь та соціально значуща для них.

- Звернення до однієї людини. Фандрайзери в момент контакту з компанією роблять ставку на особисте звернення до керівництва або співробітників, які відповідають за інвестування коштів. Але не варто забувати, що внесок здійснюється у спільну справу.

- Широкий розголос. Фандрайзинг успішно будується саме тому, що цільова аудиторія компанії-інвестора добре обізнана з проектом. Щоб охопити ще більше людей, можна провести рекламну кампанію різних майданчиках.

- Можливість збирання навіть невеликих пожертвувань. Як кажуть, "копійка рубль береже", і у фандрайзингу це теж актуально. Заведіть спеціальну скарбничку, куди надходитимуть невеликі пожертвування, і відображайте імена, щоб люди охоче здійснювали внески.

- Подяка. Людям подобається, коли їм роблять компліменти, висловлюють подяку. Намагайтеся робити це за будь-якої можливості, відзначаючи важливість їх підтримки та внесок у розвиток організації. Можна провести спеціальний публічний захід, завести окремий сайт чи сторінку, де імена спонсорів будуть згадані.

Сфера застосування. Найчастіше ми стикаємося з фандрайзингом у некомерційних сферах, наприклад, у політичних та соціальних програмах (пожертвування, благодійність). Однак і комерція використовує цей спосіб залучення ресурсів. Ось кілька прикладів:

- ✓ Бізнес. Підприємства теж використовують фандрайзинг для залучення коштів на розвиток власних проєктів, але коли вони значимі у соціальному плані.

- ✓ Благодійна сфера. Систематичне залучення коштів також зустрічається в соціальних фондах або організаціях, які підтримують людей, що потребують, і тих, хто має тяжкі захворювання.

✓ Культура. Деякі бібліотеки, музеї, театри та окремі митці використовують цей спосіб для залучення ресурсів. Особливо популярно це при реставрації історичних пам'яток чи будівель.

✓ Наука. Збір коштів практикується у фінансуванні наукових виставок, заходів, навчальних проєктів, а також освітніх закладів та інституцій різних напрямків.

✓ Політика Фандрайзинг також використовується при просуванні окремих політичних партій, рухів чи передвиборчої кампанії їхніх лідерів.

✓ Спорт. Деякі спортивні команди, заходи та навіть асоціації шукають партнерів та спонсорів для систематичного фінансування, особливо якщо державної підтримки недостатньо для успішної діяльності.

Тема 2. Досвід та перспективи розвитку фандрайзингу в Україні та світі.

Зміст. Досвід фандрайзингових організацій у закордонних країнах. Історія розвитку фандрайзингу в Україні. Перспективи розвитку фандрайзингу. Фандрайзингова діяльність та форми її підтримки.

Основні положення.

Фандрайзинг з'явився в Америці і набув активного розвитку в 80-х роках ХХ століття. Тоді некомерційний сектор відчував труднощі, оскільки держпідтримка на соціальні потреби практично була відсутня.

З розвитком фандрайзингу з'явилися муніципальні облігації та резервні внески. У середині 80-х напрямком став самостійною управлінською дисципліною.

Сучасний фандрайзинг в Україні почався в 1990-х роках і розвивався в самих несприятливих для створення національних фондів умовах. Нині в Україні існує декілька десятків

вітчизняних фондів/проте вони або підтримуються міжнародними фондами і підпорядковані їх інтересам, або пов'язані з приватним капіталом і є "клубними", або мають дуже незначні матеріальні засоби і видають невелику кількість дрібних грантів. Тому наразі українським соціальним організаціям доводиться орієнтуватися на зарубіжних донорів, найбільш відомі з яких мають представництва в Україні

Організація фандрайзингу передбачає пошук потенційних джерел фінансування, обґрунтування потреби у коштах та ув'язування з інтересами фінансових донорів: формування, підтримання та розвиток зв'язків з фінансовими донорами, формування громадської думки на користь підтримки діяльності організації.

В економічному просторі України фандрайзинг – досить нове явище. Фандрайзинг передбачає пошук ресурсів, серед яких фінансові ресурси займають важливе, але з єдине місце. Загалом можна виділити такі види ресурсів: фінанси; матеріальні (техніка, устаткування); інформаційні; людські (робота волонтерів).

Тема 3. Теоретико-прикладні аспекти фандрайзингової діяльності.

Зміст. Нормативно-правові основи фандрайзингу. Фандрайзинг як основа розвитку некомерційних та громадських організацій. Види ресурсів, необхідних для розвитку фандрайзингової діяльності. Методи організації пошуку ресурсів. Джерела залучення ресурсів.

Основні положення.

Під ресурсами в фандрайзингу розуміються матеріальні або нематеріальні ресурси, такі, наприклад, як людські, інформаційні, фінансові, юридичні, маркетингові.

Залучити ресурси у фандрайзинг можна за допомогою різних методів. Є бюджетні та більш витратні варіанти, але при

великих вкладеннях ймовірність привернення уваги інвесторів у разі зростає.

Масові розсилки. Це надсилання електронних листів тим контактам, які є у базі даних. Лист може містити буклет або платіжне посилання. Мінус у тому, що цей метод підійде лише для роботи із зацікавленими особами, а опрацювати холодну аудиторію за його допомогою досить важко.

Роздаткові матеріали. Наприклад, рекламні буклети чи листівки. Але в цьому випадку відсоток відгуку також невеликий. А для отримання значних результатів потрібно буде роздати великий обсяг паперового матеріалу.

Прямий діалог. Один із найуспішніших, але витратних способів – пряме звернення до потенційних інвесторів чи меценатів. Причому проводити діалог краще на профільних конференціях з великою кількістю людей, а там уже докладно розповісти про майбутній проект та соціальні проблеми, які він вирішує.

Організація заходу. Це проведення благодійних виставок, концертів та вечорів, на яких можуть зібратися потенційні меценати.

Рекламні акції. Варіантів розміщення реклами безліч – ролик на ТБ, банери на щитах та в інтернеті, а також статті, нотатки для журналів чи газет. Акцент у рекламному оголошенні варто робити на поданні організації, а також порушених соціальних проблемах. Обов'язково потрібно привести звернення до аудиторії, щоб спонукати її до участі. Мінус цього способу – повідомлення знеособлене, тому незрозуміло, хто його побачить та відреагує.

Створення сайту. Перевага сайту – можна розгорнуто та красиво уявити ідею, вказати переваги, досягнення, реалізовані цілі. Цей спосіб допомагає залучити як інвесторів, а й волонтерів.

Звернення до компаній. Особливо до тих, хто має власні благодійні фонди. Якщо такі організації і виділяють кошти, то надалі чекають на віддачу: підвищення лояльності та впізнаваності бренду, формування позитивного образу у громадськості.

Джерелами виступають юридичні та приватні особи. Це можуть бути різні комерційні чи благодійні організації, фонди. Джерела класифікуються на кілька категорій:

- інвестор (після вкладення коштів отримує дивіденди);
- спонсор (надає допомогу на певних умовах);
- донор (діє на безоплатній основі);
- меценат (надає благодійну та безоплатну підтримку).

Тема 4. Джерела фінансування фандрейзингової діяльності.

Зміст. Визначення фонду. Види фондів в Україні. Зарубіжні фонди. Вибір фонду. Сутність поняття «грант». Класифікація грантів. Грантодавчі установи. Пошук гранту. Інтернет-ресурси, інститути, наукові центри як інформаційні джерела на пошук грантів. Донорські організації та способи взаємодії з ними. Класифікація донорів. Вибір донорів. Участь волонтерів у фандрейзинговій діяльності. Філантропія. Меценацтво. Спонсорство.

Загальні положення.

Джерело ресурсів для фандрайзингу може бути: спонсор, інвестор, грантодавча організація, меценат чи донор.

Фонд — це некомерційна організація, яка не має членства, започаткована громадянами та (або) юридичними особами на основі добровільних майнових внесків і переслідує благодійні, культурні, освітні чи інші соціальні, суспільно-корисні цілі. Це громадська організація, яка відає (приймає і розпоряджається) засобами, що надходять до неї для будь-яких соціально значимих цілей.

Найпоширенішою формою фінансування проектів донорськими організаціями є гранти. Вони надаються в результаті проведення грантових програм – конкурсів. Грантові програми можуть бути відкритими чи закритими.

Грант — цільова грошова дотація, яку видають організації або приватній особі для фінансування обумовленої діяльності. Це різновид цільового фінансування, тобто певна сума коштів, що надається під чітко окреслені умови. Грант не потрібно повертати або сплачувати відсотки, якщо такі умови виконані.

Грантом для бізнесу називають безкоштовне субсидування підприємства, фізичної особи чи організації у грошовій чи натуральній формі для розвитку чи створення проекту з обов'язковим звітом про подальшу діяльність. Гранти надають донорські організації чи донори.

Бізнес-донорами стають міжнародні організації, державні установи, комерційні структури, громадські некомерційні організації (релігійні, наукові тощо), приватні благодійні фонди і навіть пересічні люди. Вони надають громадянам та організаціям на некомерційній безповоротній основі необхідні додаткові ресурси різного виду на цілі, загалом спрямовані на благо суспільства.

Існує безліч різних грантів. Основні з них:

- гранти загальної підтримки – благодійна допомога, що надається неприбутковим організаціям на підтримку їхньої основної діяльності, сталого розвитку;

- гранти на програми чи проекти – благодійна допомога на реалізацію конкретного проекту чи програми;

- гранти із частковим фінансуванням;

- капітальні – благодійна допомога на капітальні витрати неприбуткової організації (придбання нерухомості, необхідного обладнання, ремонт);

- корпоративні;

- початкові;

- перспективні;

- цільові тощо.

Для бізнесу виділяють два типи грантів:

- для розвитку вже існуючого бізнесу;

- для відкриття нового.

Також гранти ділять на такі типи:

- На фінансування проектів. Надають фонди, які завжди підтримують певну категорію проектів. Наприклад, сфера освіти,

проведення досліджень чи вирішення завдань у відповідній сфері.

На часткове чи додаткове фінансування. По них звертаються, коли вже є певна сума, проте цих грошей недостатньо для виконання проекту. Інший варіант — заявник звертається до кількох фондів для отримання часткового фінансування.

Цільова підтримка. Їх виділяють на організацію, яка здійснює певний проект.

Повне фінансування. Цей тип виділяють на некомерційну організацію підтримки роботи і виконання місії.

На капітальні інвестиції. Їх організація-одержувач використовує для інвестицій у купівлю землі, будівель, устаткування чи проведення реконструкції.

Запуск проекту. Вони потрібні для початку реалізації невеликої ініціативи.

Буває донорська співпраця та іншого плану: спеціальні організації допомагають підприємцям бізнес-консалтингом чи навчанням спеціалістів.

Донори — це організації та фізичні особи в Україні чи за кордоном, які надають матеріальну, фінансову організаційну чи іншу благодійну допомогу. Донору обов'язково треба знати, на що підуть гроші.



Рис. 1. Класифікація донорів

За різними критеріями донорів можна поділити на:

Вузькоспеціалізовані чи універсальні – за сферою інтересів. Наприклад, надають гранти на проекти з конкретної теми (екологія, демократія, гендерна рівність) або розглядають заявки із загальних питань.

За джерелом капіталу вони поділяються на:

Громадські донори (public funds) - національні та міжнародні. Наприклад, Вишеградський фонд.

Урядові донори – грантові програми окремих закордонних органів влади. Наприклад, Агентство США з міжнародного розвитку (USAID), Федеральне міністерство економіки та технологій Німеччини (BMW), Канадське агентство з міжнародного розвитку (CIDA), посольства певних країн в Україні (США, ФРН, Норвегії).

Приватні фонди створюють окремі особи. Наприклад, Фонд Білла та Мелінди Гейтс, Фонд Форда, Міжнародний фонд «Відродження» Дж. Сороса, Фонд Рокфеллера.

Корпоративні донори (corporate foundations) – реалізують програми соціальної відповідальності компаній. Наприклад, такі як IBM Foundation, Chivas.

Хто отримує грант:

Реципієнт — це фізична чи юридична особа, яка безпосередньо отримує від донора матеріальну, фінансову, організаційну чи іншу благодійну допомогу відповідно до затвердженого проекту (програми).

Бенефіціар - це фізична, юридична особа або соціальна група, яка отримує певні вигоди, що виникають в результаті реалізації проекту.

Цільові групи для грантів:

1. Комерційні організації. Цілі проектів:
 - захист навколишнього середовища;
 - створення робочих місць для вразливих верств населення;
 - розвиток інноваційних проектів
2. Неурядові організації (НУО). Види проектів:
 - освітні;
 - соціальні;
 - у розвиток культури;

- спрямовані на розвиток демократії та гендерну рівність.
3. Ініціативні групи та фізичні особи. Види проектів:
короткострокові проекти;
регіональні рішення;
дослідження;
навчання та стажування в Україні та за кордоном.

Тема 5. Технологічні аспекти сучасного фандрейзingu. Основні методики роботи фандрайзера

Зміст. Технології пошуку ресурсів. Методики організації фінансової діяльності з державними установами та органами місцевого самоврядування. Приватні пожертви. Методика роботи з бізнес-структурами. Використання PR-технологій. Можливості застосування ІТ-технологій в фандрайзинговій діяльності. Краудфандінг. Інструменти альтернативного фінансування.

Основні положення. Методи фандрайзingu:

- ✓ Краудфандінг. ...
- ✓ Патронство. ...
- ✓ Участь у проектах, що фінансуються державою. ...
- ✓ Участь у програмах міжнародних організацій. ...
- ✓ Залучення волонтерів. ...
- ✓ Особисті зустрічі із донорами. ...
- ✓ Залучення за допомогою рекламованої реклами. ...
- ✓ Організація аукціонів, концертів, змагань.

Фінансову допомогу можна отримати від закордонних фондів. Виділення коштів відбувається на конкурсній основі через жорсткий відбір та отримані кошти можуть витратитися лише на заявлені цілі.

Кошти можна отримати з місцевого бюджету. Найчастіше це відбувається, коли державна структура зацікавлена у заході, що проводиться організацією.

Кошти з інших вітчизняних фондів. Такі фонди бувають як позабюджетні, і включені до бюджету, діють різних рівнях і

управляються різними структурами - комітетами охорони навколишнього середовища, адміністрацією регіону чи правлінням фонду. Тут фінансування отримати легше, ніж із бюджету, оскільки гроші фонду – цільові.

Участь у державних та регіональних цільових програмах також забезпечує виділення коштів. Такими програмами керують відповідні відомства, але в місцях створюються спеціальні фонди.

Основні тенденції, що проявилися у фандрайзингу за останні роки, свідчать про те, що основними донорами стануть держава та бізнес.

Важлива роль у проведенні фандрайзингової діяльності належить інноваційним технологіям та Інтернет. Через Інтернет та електронну пошту можна здійснювати пряму розсилку (мейлінг), брати участь у краудсорсингу та краудфандингу соціальних проєктів, вести віртуальні переговори з донором тощо. Соціальні мережі стали ефективним засобом фандрайзингу (спосіб поширення інформації). Набуває популярності цифрова філантропія (проведення акції через СМС). Окрім зазначених можливостей, Інтернет - одне з найважливіших джерел пошуку донорів: на спеціальних інформаційно пошукових серверах можна знайти інформацію про перелік фондів та грантодавчих установ, а також розмістити відомості про себе та свою діяльність (створення власного Веб-сайту).

Фандрайзинг передбачає активне використання PR-методів у своїй роботі для:

Створення сприятливого іміджу своєї організації;

Інформування громадськості про соціально значущі проєкти, тобто про роботу даної організації;

Зацікавленості потенційних спонсорів;

Підтримки громадськості та органів місцевого самоврядування.

Для успішного проведення як фандрайзингової, так і PR-кампанії необхідне встановлення комунікацій із засобами масової інформації. Можливими компонентами інформаційної кампанії фандрайзингу можуть бути:

Створення та поширення прес-релізів про фандрайзингову кампанію в телевізійні, радіо та друковані ЗМІ;
Безкоштовне розміщення оголошень у друкованій пресі;
Проведення прес-конференцій, інтерв'ю;
Участь співробітників організації у телевізійних та радіопрограмах;
Трансляція «біжучого рядка» про акції в ефірі телевізійних каналів;
Поширення листівок на вулицях та у громадських місцях міста;
Розклеювання інформаційних плакатів на вулицях міста, у громадських місцях, школах, інститутах, банках тощо;
Участь у виставках, презентаціях, круглих столах тощо;
Розповсюдження листівок, календарів, буклетів, присвячених кампанії;
«Жива реклама», тобто робота волонтерів та співробітників організації на місці проведення фандрайзингових заходів;
Створення Інтернет-сторінки, присвяченої фандрайзинговій кампанії.

Тема 6. Планування і розробка грантового проекту. Грантрайтинг.

Зміст. Концепція грантового проекту. Визначення проблем і потреб. Визначення цільової групи проекту. Визначення шляхів розв'язання проблеми. Мета та завдання проекту. Логічна схема проекту, структура робіт за проектом. Бюджет та результат діяльності фандрайзингу. Складання бюджету проекту. Грантрайтинг. Підготовка проектної заявки. Супровідна документація. План реалізації грантового проекту. Види звітності. Результат фандрайзингової компанії. Розвиток проекту після закінчення фінансування. Моніторинг та оцінювання.

Основні положення. Проект - це комплекс взаємозалежних робіт, до виконання яких виділяються відповідні ресурси та встановлюються певні терміни. Це разова діяльність, яка:

- ✓ має кінцеву мету та проміжні завдання;
- ✓ виробляє конкретний кінцевий результат, який можна оцінити;
- ✓ складається з послідовності взаємозалежних робіт;
- ✓ має зазначені часові рамки, тобто дату початку та закінчення;
- ✓ використовує обмежену кількість ресурсів: фінансових, тимчасових, інформаційних та людських.
- ✓ початок та кінець і проводиться для досягнення встановлених цілей у межах витрат, графіка робіт та якісних обмежень.

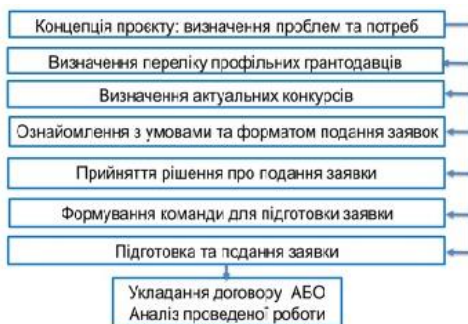


Рис. 2. Етапи грантрайтингу

Заявка до фонду на участь у конкурсі грантів, яка ще називається проектом або програмою, залежно від вимог фонду, може бути короткою і довгою. При всій різноманітності вимог фондів є щось спільне, що передбачає можливість орієнтуватися на універсальну форму проекту, що включає всі пункти, що так чи інакше зустрічаються у форматах заявок.

Велику допомогу у цьому може надати написання "логічної таблиці упорядкування проекту", що дозволяє вибудувати чітку концепцію проекту, визначити критерії та методи оцінки його

компонентів, виявити зовнішні чинники, які впливають його виконання.

Можна виділити два типи заявок на проекти:

1. лист-заявка (a letter proposal) або запит (a letter of inquiry), є коротким документом від однієї до п'яти сторінок.

2. повна заявка (a full proposal). Повна заявка може займати від 10 до 100 сторінок, складатися з більш ніж двох розділів із зазначенням різних деталей проекту. Такі заявки, як правило, очікують від організацій у державних фондах.

Як розробити проектну пропозицію для гранту

Проблема: чітко визначення, цифри та факти.

Надійність: можливості, знання, досвід та інші ресурси.

Пропозиція: чітко та просте роз'яснення.

Ідея проекту: релевантність цілям донора чи фонду.

Цілі: специфічні та вимірювальні. Час та ресурси.

Оцінка: критерії оцінки проекту.

Кошти: конкретна сума запиту, інші джерела фінансування, докладний опис бюджету.

Майбутнє проекту: стратегія розвитку, подальше фінансування.

Програми: відповідні публікації або звіти. Додаткова інформація.

Структура грантової заявки:

- ✓ Титульна сторінка.
- ✓ Анотація.
- ✓ Проблема, на вирішення якої спрямовано проект.
- ✓ Цілі і завдання.
- ✓ Способи досягнення цілей та розв'язання задач/методи.
- ✓ Очікувані результати проекту.
- ✓ Розповсюдження інформації про проект.
- ✓ Подальший розвиток проекту/стійкість проекту.
- ✓ Календарний план проекту.
- ✓ Бюджет проекту.
- ✓ Додаткові матеріали.

Традиційно, звітність щодо грантів є інструментом для забезпечення підтвердження того, щоб фінансована організація використовувала гранти з метою, зазначеною у заявці.

Щоб успішно подати звітність у строк, налагодьте систему збору, систематизації та зберігання всіх проміжних інформаційних матеріалів. Вам знадобляться ці матеріали на стадії, коли ви готуєте звітність: готові підтверджуючі документи; джерела відомостей для позицій звіту.

Донор сам встановлює вимоги та правила звітності щодо своїх грантів, а також пропонує форми звітної документації. Дуже рідко буває вільна форма звітності. У всій звітності щодо грантів є загальні принципи, за якими її складають, та загальна структура. Загальні елементи у структурі звітної документації у всіх донорів: змістовна звітність; фінансовий звіт; додатки у вигляді необхідних документів та матеріалів.

Змістовна звітність має обґрунтовувати, як досягнуто результатів проекту, які грантоодержувач включив до заявки. Зазвичай позиції грантової заявки у звітності порівнюють із реальним результатом. При складанні можна скористатися покроковим планом:

1. Оцініть ступінь досягнення заявлених результатів
2. Зіставте заявлені та реалізовані заходи
3. Співвіднесіть фактичні результати проекту з раніше заявленими
4. Опишіть продукт проекту та оцініть його затребуваність
5. Оцініть, як виконали календарний план проекту, який представили у грантовій заявці партнерами
6. Охарактеризуйте процес та результати інформаційного висвітлення проекту
7. Охарактеризуйте перспективи подальшого розвитку проекту

2. ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Завдання для виконання практичних завдань доступні для студентів на навчальній платформі Мудл. Доступ до курсу відкривається для студентів на початку семестру вивчення дисципліни.

3. ІНДИВІДУАЛЬНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

У випадку, коли студенти не можуть відвідувати всі заняття за розкладом або у них є потреба одержати додаткові бали, є можливість виконати індивідуальне завдання.

Індивідуальне завдання передбачає опрацювання та поглиблене вивчення студентом питання з рекомендованого списку та виконання презентації.

Рекомендований список питань для індивідуального завдання:

1. Правила успішного фандрайзингу. Причини невдалого фандрайзингу.
 2. Досвід фандрайзингових організацій у Європі.
 3. Досвід фандрайзингових організацій у США.
 4. Історія розвитку фандрайзингу в Україні.
 5. Перспективи розвитку фандрайзингу в Україні.
 6. Нормативно-правові основи фандрайзингу.
 7. Методи організації пошуку ресурсів.
 8. Грантодавчі установи. Пошук гранту.
 9. Донорські організації та способи взаємодії з ними.
- Класифікація донорів.
10. Філантропія. Меценатство. Спонсорство.
 11. Можливості застосування ІТ-технологій в фандрайзинговій діяльності.
 12. Краудфандинг.
 13. Грантрайтинг. Підготовка проектної заявки.

4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Про благодійну діяльність та благодійні організації: Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2013. № 25. С. 252.
2. Про волонтерську діяльність: Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 42. С. 435.
3. Про громадські організації: Закон України, 2012. Про гуманітарну допомогу: Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 1999. № 51. С. 451
4. Бабій О. Я. Посібник з фандрейзингу для бізнес-об'єднань : посібник. Київ, 2017. 168 с.
5. Батенко Л. П., Загородніх О. А., Ліщинська В. В. Управління проектами : навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2003. 231с.
6. Грисюк Ю. С. Проектний та інвестиційний менеджмент : навч. посіб. у 2 ч. Київ : НАДУ, 2008. Ч.1 Проектний менеджмент. 94 с.
7. Кобзарев О. Фандрейзинг : навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування. Асоціація міст України. Київ, ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 84 с.
8. Методичні рекомендації щодо участі у грантових програмах та конкурсах / Марченко О. В., Сушко Д. О. Дніпро : ДДУВС, 2018.
9. Основи грантрайтингу та управління проектами в публічній сфері: методичні рекомендації для органів влади та недержавних організацій / Авт. кол.: В. В. Белянцева, А. І. Гнатенко, О. С. Зінченко та ін. ; за заг. ред. О. В. Кулінича. Харків : Золоті сторінки, 2017.

Додаткова література

10. Бабій О. Я., Петрик О. В., Скорохода М. Р. Гранти 2017. Каталог донорських організацій : навч.-практичний посібник. Бурштин : Клуб сталого бізнесу, 2017. 89 с
11. Грантовий менеджмент і написання проектів. Практичний poradnik / Упоряд. Процак О. Л. : Ліга-Прес, 2010.
12. Керівництво з управління проектами розвитку : інтерактивний навчальний посібник / колектив авторів; за заг.

ред. І. Є. Цепенди, С. О. Кропельницької. Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2021. 352 с.

13. Ноздріна Л. В., Ящук В. І., Полотай О. І. Управління проектами : підручник / За заг. ред. Л. В. Ноздріної. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 432 с.

14. Фандрейзинг : навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування / О.Кобзарев. Асоціація міст України. К., ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 84 с.

15. Севериновська О. В. Посібник до вивчення курсу «Фандрайзинг». Написання проектів : посібник / О. В. Севериновська., Г. О. Задорожна. Д. : РВВ ДНУ, 2015. 24 с.