

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

ГРАНТРАЙТИНГ У МІСЬКІЙ СФЕРІ

Методичні рекомендації
до організації семінарських занять і самостійної роботи з курсу для здобувачів
вищої освіти першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми
«Урбаністичні студії»

Електронний ресурс

УДК 911.375.1:338.246.027](072)

Г 77

Рецензенти:

Євген Захарченко – к. іст. н., доц. кафедри історії України Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна;

Єкатерина Переверзева – головна редакторка «Люк Медіа».

*Затверджено до розміщення в мережі Інтернет рішенням Науково-методичної ради
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 8 від 28 березня 2025 року)*

Грантрайтинг у міській сфері : методичні рекомендації до організації семінарських занять і самостійної роботи з курсу для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми «Урбаністичні студії [Електронний ресурс] / укладач В. О. Нестеренко. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. – (PDF 27 с.)

Методичні рекомендації містять поради щодо організації та проведення семінарських занять і самостійної роботи з курсу «Грантрайтинг у міській сфері».

Для здобувачів вищої освіти освітньої програми «Урбаністичні студії» (філософський факультет).

УДК 911.375.1:338.246.027](072)

© Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, 2025

© Нестеренко В. О., уклад., 2025

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розділ 1. Базові теоретичні матеріали для вивчення дисципліни «Грантрайтинг у міській сфері».....	6
Розділ 2. Завдання та рекомендації до виконання завдань для самостійної роботи з курсу «Грантрайтинг у міській сфері».....	16
Критерії оцінювання залікової роботи.....	21
Список рекомендованої літератури.....	22
Додатки.....	24
1. Список питань для заліку з дисципліни «Грантрайтинг у міській сфері»....	24
2. Приклад білету для заліку з дисципліни «Грантрайтинг у міській сфері»...	25
Сайти, де розміщено корисну інформацію для організацій громадянського суспільства	26

Вступ

Українське суспільство початку XXI століття стикнулось із необхідністю реалізовувати величезну кількість суспільних змін в умовах війни та епідемії. Ми швидко вчимося, підвищуємо ефективність пропонованих проєктів та активно залучаємо ресурси громад, в яких працюємо, проте нам не обійтися без зовнішнього фінансування. Як показує практика, недостатньо просто виграти грант: важливо бути готовим до змін, що можуть спіткати будь-яку грантову угоду, до зіткнення з ризиками, що виникають у процесі реалізації проєктів, правильно комунікувати з грантодавцями й найголовніше — не втратити сутність своєї ідеї. А ще ми не можемо ігнорувати необхідність створення загальної фандрайзингової стратегії проєкту, тому що «не можна складати всі яйця в один кошик». Тож пропонуємо вашій увазі методичні рекомендації до курсу «Грантрайтинг у міській сфері», які допоможуть вам зробити перші кроки в цій важливій сфері.

У рамках курсу ви зрозумієте, як отримати фінансову підтримку для реалізації своєї ідеї і як цільова безповоротна грошова допомога дає змогу профінансувати проєкти, для яких складно знайти ресурси в інших джерелах. Гранти можуть також надаватися на організаційний розвиток вашої ініціативи — ви зможете працювати за міжнародними стандартами, посилювати вплив на локальну спільноту й шукати партнерів в інших країнах. Власне, пошук партнерств — одне з важливих завдань робочої фандрайзингової стратегії.

Варто зазначити, що для випускників освітньо-професійної програми «Урбаністичні студії» опанування спецкурсу «Грантрайтинг у міській сфері» відкриває нові можливості для професійного розвитку. Навички, отримані в процесі написання грантів, можуть бути корисними в різних сферах: особисті гранти допоможуть знайти варіанти для стажування і покращити свій рівень як спеціаліста, а написання грантів для інших може стати підґрунтям для реалізації власного проєкту. Зрештою, якщо ви будете вміти знаходити гроші для проєктів — ви будете затребуваним спеціалістом у будь-якій організації.

Зважаючи на обмежену кількість академічної літератури з теми, методичні рекомендації поділяються на три частини: короткий опис курсу та основні терміни; практичні завдання, що допоможуть опанувати дисципліну; перелік ресурсів та літератури, які допоможуть далі розвиватись у цьому напрямі. У додатках вміщені питання до залікової роботи, приклад білету та корисні посилання.

Вміщені в методичних рекомендаціях матеріали допоможуть вам здобути необхідні теоретичні знання, а практичні вправи — потренуватися в окремих аспектах. Проте радимо вам починати писати гранти паралельно з вивченням цих матеріалів. Не чекайте того самого ідеального гранту для вашої ідеї; пишть заявку за тим, що хоч трохи підходить! По-перше, досвідчені грантрайтери зазначають, що в середньому фінансування отримує одна заявка з десяти написаних; по-друге, вам необхідно «виписатись», щоб сформулювати чіткий

опис вашої ідеї, що буде зрозумілий потенційному меценату. У тексті методичних рекомендацій вміщені практичні приклади, що допоможуть вам краще відчувати сферу грантрайтингу. Питання, що розміщені після окремих блоків інформації, допоможуть вам порефлексувати над прочитаним.

Тож радимо вам спочатку уявити, для чого ви могли б написати грант, далі перегляньте список сайтів із грантовими конкурсами, що вміщений у Додатку 3, уявіть ідею, яку ви могли б описати, і тоді починайте прочитання рекомендацій.

Розділ 1. Базові теоретичні матеріали для вивчення дисципліни «Грантрайтинг у міській сфері»

Особливості грантової діяльності в міській сфері

Коли ми говоримо про грантрайтинг у міській сфері, то насамперед маємо згадати, що таке, власне, міський простір. Отже, місто — це системний об'єкт, який постійно змінюється; він має чітко визначену територію та встановлений мінімум населення.

У багатьох країнах світу є свій мінімум населення для надання місту статусу населеного пункту. Так у рекомендаціях ООН пропонується називати містами поселення від 20 000 людей. У Канаді ця кількість становить від 1000, у Португалії — 10 000, у Японії — 50 000. В Україні місто мінімально має мати 10 000 населення, але існують міста-винятки, такі як Берестечко чи Угнів. Так само населеним пунктом із міським статусом є Чорнобиль, де більша частина жителів — не постійна.

Міський простір поєднує в собі як фізичні аспекти міста, які ми можемо побачити (людей, архітектурні об'єкти, інфраструктуру), так і функції (наприклад, адміністративну) та ідеї — особливий міський стиль життя. З огляду на це визначення, можемо класифікувати грантові проекти так:

1. Інфраструктурні проекти: гранти можуть фінансувати проекти з реконструкції або створення нової інфраструктури, такої як парки, майданчики для відпочинку, велосипедні доріжки, асфальтування доріг тощо.
2. Соціальні програми: гранти дають змогу фінансувати соціальні програми для місцевого населення, такі як програми здоров'я, освіти, соціальної підтримки та інші.
3. Екологічні ініціативи: гранти можуть бути використані для підтримки проектів, спрямованих на збереження довкілля, встановлення зелених зон, реалізацію енергоефективних технологій та інше.
4. Економічний розвиток: гранти можуть сприяти економічному розвитку міста, фінансуючи підприємницькі інкубатори, тренінги для малих підприємців, створення робочих місць, інтеграцію мешканців зі статусом ВПО та родин у кризі тощо.
5. Культурні та художні проекти: грантове фінансування може підтримати культурні та художні ініціативи, такі як фестивалі, виставки, концерти, що робить місто більш привабливим для життя та туризму.
6. Ініціативи зростання спільноти: гранти можуть бути використані для створення ініціатив, які сприяють розвитку громади, включно з програмами молодіжного розвитку, волонтерськими проектами та іншим.

Гранти дають змогу містам реалізувати ідеї та проєкти, які можуть бути важкодоступними внаслідок бюджетних обмежень. Це стимулює інновації та допомагає створювати більш життєздатне та затишне середовище для мешканців.

Питання

- 1. Чи всі сфери міських проєктів перелічені в даному пункті? Спробуйте придумати інші напрями.*
- 2. Наведіть по одному прикладу відомих вам проєктів на кожну із шести сфер. Якщо не знаєте, спробуйте пошукати за допомогою Google чи інших пошукових систем. Увага: системи штучного інтелекту не є надійним джерелом у цьому питанні, адже схильні вигадувати неіснуючі проєкти. Обов'язково перевіряйте інформацію, отриману із ШІ, іншими інструментами.*

Написання грантів як важливий елемент університетської освіти. Навички, яких вимагає ефективний грантрайтинг

Відпрацювання компетентностей та знань у сфері грантрайтингу має стати важливим складником університетської освіти. Для молодого спеціаліста грант — це можливість покращити свої професійні якості, знайти додаткові можливості для розвитку, наукових досліджень та працевлаштування.

Сфера грантрайтингу вимагає високого рівня навичок письма. Важливо не просто вміти сформулювати свою думку, але й зробити це коротко, відповідно до вимог донора. Написанню якісного гранту передують процес глибокої науково-дослідницької роботи. Крім того, студенти, які вивчають грантрайтинг, здобувають навички ефективного управління проєктами та взаємодії із залученими партнерами.

Необхідно зазначити, що процес грантрайтингу сприяє генерації ідей та інновацій. В університетському середовищі це може стимулювати творчість та допомогти студентам перетворювати свої ідеї в конкретні проєкти. Відповідно, навчання грантрайтингу в університеті може створити гарний фундамент для майбутніх лідерів і допомогти їм впроваджувати інновації та змінювати світ на краще.

Проте, щоби плавати — потрібно плавати, а щоб навчитися писати гранти — потрібно присвятити багато часу самостійній роботі в цій сфері. Насамперед важливо ознайомлюватись із професійною літературою. Її не так багато, а основні роботи написані англійською, проте це допоможе закласти підвалини для ефективного опанування відповідних знань. Радимо вам виписувати терміни та сталі поняття, які трапляються як в українській, так і в англійській літературі. Володіння ними покаже грантодавцю ваш рівень.

Таким терміном можна вважати, наприклад, «процес залучення ресурсів громади». Використання цього словосполучення свідчить про те, що перед початком реалізації проєкту ви вже проаналізували поле, у якому будете діяти, пересвідчилися, що ваша ідея дійсно актуальна, а ще знаєте, де зекономити гроші (наприклад, не платити за оренду приміщення, адже в громаді є дружня бібліотека, або відмовитися від послуг бухгалтера, тому що тут є спеціаліст, який готовий допомагати вам «про боно», тобто безкоштовно), а, значить, будете ефективно використовувати спонсорські ресурси. Тож коли донор побачить це формулювання в тексті грантової заявки, для нього це буде «кодове слово», що підвищить оцінку вашого проєкту. Звісно, якщо ви дійсно провели аналіз і готові залучати ресурси громади.

Далі потрібно відпрацювати свої навички аналітики, щоб вміти виокремити проблему, якій буде присвячена заявка, і придумати максимально ефективно вирішення цієї проблеми. Нагадуємо вам, що вирішення має бути не тільки ефективно, але й реалістичне, враховувати поточний контекст ситуації, навички команди, що буде реалізовувати проєкт, та ресурси, які вона має. Здебільшого грантові заявки вимагають надати план проєкту й уважно розписати часові межі, а, отже, ви маєте використовувати ваші навички тайм-менеджменту.

Питання

- 1) Чому важливо писати багато заявок для того, щоб навчитись їх вигравати?*
- 2) Подумайте, чи можна використовувати штучний інтелект під час написання грантових заявок. Розгляньте етичний момент питання та потенційну користь.*

Термінологічне поле для здійснення фандрайзингової діяльності.

Грант — це безповоротні кошти, які надаються організаціям та особам для здійснення діяльності, яка найчастіше є неприбутковою та прописана в аплікаційній формі (пропозиції), затвердженій грантонадавачем. Сам термін прийшов до нас з англійської мови. *Writer* перекладається максимально просто — письменник, власне, той, хто пише. А от зі словом *Grant* цікавіше: воно перекладається як субсидія, дар, стипендія, і це слово показує нам всю багатозначність процесів, пов'язаних із наданням безповоротних коштів. Це може бути субсидія, що покриває ваші поточні або вже здійснені витрати; стипендія, яка дає вам змогу, не відволікаючись на заробляння грошей, займатися важливою для вас діяльністю, або дійсно дар, за який ніхто не попросить звітувати, хіба що подякувати.

Студентам я завжди рекомендую подаватися на стипендії. Одна з дійсно якісних стипендіальних програм — Zavtra UA від Фонду Віктора Пінчука.

Разом із грошовою підтримкою ви отримаєте доступ до спільноти та інструментів особистісного зростання. Цікаво, що в рамках цього конкурсу особистість студента оцінюється з різних боків — з погляду наукових досягнень, активізму, соціальних навичок тощо.

Одне з визначень, яке мені дуже подобається, — грантрайтинг — це мистецтво написання заявок. Чому? Проектів мільйони. Проекти зазвичай типові. І коли ви приходите до написання якоїсь заявки, ви маєте враховувати дуже багато нюансів: обмеженість у тексті, у структурі заявки. «Сформулюйте одним реченням мету проекту», «Розкажіть про актуальність вашого проекту (не більше 1000 символів)». Якщо ви здатні писати так — ви опанували мистецтво мислити аналітично та висловлювати свої думки.

Процес відбору заявок, які заслуговують на фінансування, зазвичай відбувається в сліпу. Журі не знають, про яку організацію йде мова. Ви маєте влюбити їх у ваш проект самим лише текстом. Як студенти культурологічних студій, ви маєте знати, що текст по-різному сприймається в точці автора та точці читача. Як його сприйме невідомий вам експерт?

Тож ви маєте написати позбавлений лірики текст, що відповідає вимогам. А з іншого боку ваші формулювання мають бути настільки ємними і всеосяжними, щоб людина, яка сидить на тій стороні екрану, відчула важливість саме вашого проекту й захотіла його підтримати. І тому, мені здається, слово «мистецтво» тут не для красного слівця. Це дійсно те, до чого треба намагатися прийти, якщо вже вам буде цікаво бути грантрайтером на постійній основі. І, до речі, грантрайтер — одна з найзатребуваніших професій у громадському секторі.

Гроші, отримані за грантом, називаються «безповоротними». Коли ви читаете новини, ви можете дізнатись, що українська держава в особі конкретного міністерства або відомства отримала грант. Це якраз означає, що вони отримало кошти, які не потрібно повертати, але за які в багатьох випадках дійсно буде потрібно звітувати. Та варто пам'ятати, що якщо ви не виконуєте умови гранту якимось чином, то може так статися, що ваш грантодавець буде вимагати повернути ці кошти. І тому дуже важливим складником нашої з вами роботи як грантрайтерів буде комунікація з грантодавцем.

Під час воєнного стану зазвичай вважається, що грант можна не повертати, адже громадська діяльність пов'язана з високими ризиками. Проте готуйтеся до того, що грантодавець можуть почати нагадувати вам про процедуру повернення коштів, якщо ви не будете вчасно та правильно подавати звітність. Найкращий результат реалізації проекту за грантом — коли завдяки вашій комунікації ви «подружились» із грантодавцем і зарекомендували себе як надійного партнера на подальшу співпрацю. Проте пам'ятайте, що не все залежить від вас, і інколи комунікація буде дуже стресовою.

Коли грантодавець дає нам гроші, то ми відчуваємо себе зобов'язаними перед ним. Є навіть такий вислів — хто платить гроші, той і замовляє музику. Проте ви маєте пам'ятати про ваші особисті кордони і про те, що насправді грантодавець дуже зацікавлений у тому, щоб ви якісно виконали проєкт, а він відзвітував уже перед своєю аудиторією. Тож варто у вирішенні будь-яких питань шукати принципу win-win.

Грант може отримати як НГО (в Україні це громадські організації та благодійні фонди), так і незареєстровані волонтерські групи або індивідуальний виконавець.

Наступний термін, який важливо розглянути — аплікаційна форма, тобто форма заявки. Здебільшого ви будете працювати за чітко визначеними критеріями подання заявки на конкурс. Хоча може бути, що на відбірковому турі грантодавець попросить у вас «концепцію проєкту» в довільній формі. Зазвичай аплікаційні форми виглядають, як анкети з розгорнутими запитаннями. Інколи буде зворотна ситуація, коли проєкт уже є, фінансування на нього отримане від міжнародного донора, і тепер організація шукає виконавців, тоді ви будете доводити в анкеті, що ваша команда дійсно є фаховою в цій тематиці.

Буває таке, що величезні донори, наприклад, Гуманітарний фонд при ООН, дають фінансування міжнародним організаціям; вони відшукують виконавця всеукраїнського рівня, а той зі свого боку розкидує проєкт між локальними організаціями.

Ще одне визначення грантрайтингу розкриває іншу особливість нашої діяльності — це спільна робота над колективним проєктом, пошук джерел його фінансування та реалізація проєкту. Грантрайтер зазвичай починає свою роботу з того, що моніторить різні сайти в пошуках конкурсів. Але він не діє у вакуумі: він може сформулювати проєкт, тільки зважаючи на діяльність конкретної організації. Відповідно, грантрайтер має бути активною частиною цієї організації. Дуже складно віддавати таку діяльність на аутсорс. Інколи грантами дійсно займається директор організації або інший відповідальний за те, щоб у всіх була зарплата. Коли заявка написана, ми починаємо процес комунікації і знаходимось у ньому впродовж усього періоду конкурсного відбору. У донора може виникнути багато питань щодо спроможності вашої організації або конкретних аспектів проєкту.

Наступне важливе питання — хто може отримувати гранти. Зазвичай усі кажуть про благодійні фонди та громадські організації. Проте грант може отримати й держава в особі визначеного міністерства, і бізнес, і самозайняті особи, підприємці, діячі культури, студенти. Різниця буде тільки в сумі гранту й обсягах вимог звітності. Грантодавці самі обирають коло осіб та організацій, у підтримці яких вони зацікавлені. Наприклад, здебільшого гранти не видаються на релігійні та політичні проєкти, але трапляються, навпаки, грантові конкурси

саме для цих цільових груп. Інколи вам доведеться шукати організацію, яка підпадає під специфічні умови гранту, й укласти з нею партнерство — наприклад, коли мова йде про конкурси міжнародної співпраці.

Важливо розуміти, що бізнес може отримувати і гранти, й інвестиції. Різниця в тому, що грант не потрібно повертати, якщо були виконані умови його отримання.

Питання

- 1) Яке визначення терміну «грант» вам запам'яталось і чому?*
- 2) Чому важливо пам'ятати, що грантрайтинг — це спільна робота?*

Особливості комунікації з донорами та грантодавцями

Базова вимога — ніколи не відправляйте заявку порожнім листом. Здебільшого надавачі грантів вказують, що саме треба вказати в темі листа. У самому ж листі варто привітатись, подякувати за надану можливість і дописати ще кілька теплих слів. Просту ввічливість ніхто не скасовував!

Гранти не завжди даються вчасно й не завжди реалізуються за затвердженим заздалегідь графіком. Причин багато — аудит у донора, зміна політичної ситуації, потреба внести зміни в проєкт. Важливо знати, що проєкт за грант не завжди буде реалізований так, як ви його собі уявляли.

У вересні 2022 року я подавала проєкт на грант, у заголовку якого фігурувало слово «Emergency», тобто терміновий. Відповідь на заявку мала прийти за місяць, але ніхто мені не написав. Що ж, таке буває, і не завжди донори вважають за потрібне повідомляти про відмову. На початку грудня, коли за умовами конкурсу, усі проєкти мали закінчитись, я раптом отримала лист, що наш проєкт буде підтримано, і навіть пропозицію збільшення бюджету. Запропонованої суми якраз вистачало на генератор EcoFlow, що було дуже актуально в умовах регулярних обстрілів інфраструктури. Я відправила заявку — і знов тиша, на цілий місяць. На початку січня мені написали, що таки запускаємо проєкт, підписуйте угоду. Зрештою, грант виділявся траншами, тож омріяний акумулятор з'явився в нас за пару тижнів до закінчення сезону блекаутів. У квітні 2022 я подала звіт, а в лютому 2023 виявилось, що ми маємо ще дещо уточнити. Як бачите, ця історія може бути безкінечною.

Гранти зазвичай даються на інновацію або покращення чи масштабування наявного проєкту. Деякі експерименти вимагають значного фінансування, та проте не обов'язково матимуть успіх. Завдання грантодавця — визначити, які експерименти варто підтримати, навіть зважаючи на можливі збитки.

Треба усвідомлювати, що грантодавці розуміють, що дуже багато грошей, які вони дадуть організаціям, будуть витрачені дарма. Дуже багато

ідей не зможуть бути такими ефективними, як обіцялось. Проте ідеї, що доведуть свою життєздатність, покрийуть усі можливі збитки.

Масштабування — це процес збільшення об'ємів проєкту. Це може бути як відкриття філій в інших містах, так і пошук нових сфер діяльності.

Крім того, гранти даються на подолання конкретних викликів. Існують «тренди» у сфері грантів. У 2022 році це був Covid-19, зараз у контексті України — це війна, допомога в реінтеграції тимчасово переміщених осіб. Важливо розуміти, що гранти не покрийють поточні потреби вашої організації, для цього вам потрібна буде фандрайзингова стратегія.

Хто ж такі наші грантодавці? Ними можуть бути звичайні фізичні особи та меценати. Ви самі можете стати грантодавцем — провести конкурс, видати переможцю суму грошей, простежити за реалізацією його проєкта. Також це може бути бізнес, особливо великі корпорації типу «Макдональдса» або «Ашану», держава або група держав. Дуже часто гранти дають посольства інших держав. Наприклад, в Україні активними грантодавцями є посольство Фінляндії і посольство США. Існують і світові організації, які можуть давати гранти.

Важливе питання, яке ми теж маємо розглянути, — мотивація грантодавців. Чому якась міжнародна організація зацікавлена в тому, щоб вирішувати соціальні проблеми в якійсь країні? Почнемо з банального — купівельної спроможності населення. Якщо ми завдяки грантам вирішуємо проблеми в якійсь державі, то її громадяни починають заробляти більше, а, значить, і витратити більше, стають клієнтами й допомагають приносити прибуток. Давати грант — це не про високі моральні якості. Найчастіше це про глибоке розуміння принципу win-win. Земля — маленька планета. Якщо десь стається війна, то біженці стають проблемою всього так званого розвиненого світу. Екологія в нас теж на всіх одна. Відповідно, варто вкладати у вирішення соціальних проблем, у розвиток, у поширення демократії для того, щоб тобі ж самому ставало краще.

Ми пишемо емоційною мовою, коли спілкуємось безпосередньо зі своєю аудиторією, ми пишемо діловою мовою, коли складаємо грант. І те, і те буде нашою комунікацією з донором. Вона буде тривати весь час — від пошуку першого грантового конкурсу й до останнього звітнього аркуша. Важливо розуміти, який стиль і як використовувати. І пам'ятайте, що головне — розказати історію вашого проєкту. Якщо ви зможете зробити це фахово — ваш проєкт обов'язково знайде підтримку!

Отже, щоб скласти правильну комунікаційну стратегію з донором, ми маємо усвідомити його цілі, цінності, які він сповідує, та мотивацію. У діалозі з грантодавцем варто усвідомлювати свої особисті межі та вибирати комфортну для всіх форму спілкування.

Питання

- 1) *Спробуйте самостійно дослідити мотивацію потенційного донора. Один зі шляхів — виберіть потенційний благодійний фонд та дослідіть біографію його засновника.*
- 2) *Чи можна сказати, що цінності донора можуть обмежувати шляхи реалізації вашого проєкту?*
- 3) *Як цінності донора та його мотивація будуть впливати на комунікацію з грантодавцем?*

Рекомендації до складання бюджету проєкту

Кожна грантова заявка буде пропонувати специфічну форму заповнення бюджету. Бюджет проєкту зазвичай поділяється на окремі статті витрат. У зарплатний фонд варто окремо включати адміністративну команду (менеджер, спеціаліст із ведення соціальних мереж, бухгалтер, юрист за потреби), а окремо власне проєктну команду, яка безпосередньо відповідає за реалізацію проєкту. Часто в грантах ви зіткнетеся із колонкою «Офісні витрати», куди можна включити оренду приміщення, канцтовари, послуги інтернету, друк.

Пам'ятайте, що всі закупки ви будете зобов'язані підтвердити через офіційні договори, рахунки та акти виконання послуг. Ви не зможете придбати потрібні вам речі в знайомих (хіба що знайомі оформили ФОП, але тут уже питання до ваших етичних параметрів). Потенційних контрагентів необхідно буде досліджувати — чи не внесені вони в міжнародні санкційні списки, чи не ведуть бізнес у країнах-агресорах тощо.

Важливо прописувати посадові обов'язки кожного необхідного спеціаліста, навіть якщо цього не вимагають умови гранту. У такий спосіб вам буде легше визначити, чи вказали ви достатню кількість співробітників, чи потребуєте когось іще.

Прописуючи кожен статтю витрат, одразу продумуйте, як ви будете витрачати ці кошти. Чи віддасте частину послуг на аутсорс, чи візьмете співробітника в штат — від цього залежить ваш кінцевий бюджет. Наприклад, податки на оклад людини, що найнята в штат, складають приблизно 40% зарплати, згідно з українським законодавством. Тож ви можете уявити, як сильно зміниться ваш бюджет, якщо ви забудете врахувати податки.

Під час складання бюджету проєкту раджу вам скористатися такими порадами:

1. Ретельно вивчіть вимоги грантодавця. Перш ніж розпочати складати бюджет, докладно ознайомтеся з усіма вимогами та критеріями, які надає грантодавець. Це допоможе вам зрозуміти, які різновиди витрат можуть бути включені і як вони мають бути сформульовані.

2. Будьте реалістичними. Уникайте завищених оцінок витрат. Пам'ятайте, що грантодавці зацікавлені в ефективному використанні грошей і можуть перевірити ваші прогнози.

3. Розбийте бюджет на категорії. Поділіть ваш бюджет на чіткі категорії, наприклад, зарплати, обладнання, матеріали, подорожі тощо. Це допоможе грантодавцю краще розуміти ваші потреби.

4. Обґрунтуйте витрати. Поясніть кожну витрату в бюджеті, вказуючи, як вона допоможе досягти мети вашого проєкту. Це допоможе переконати грантодавця в необхідності цих витрат.

5. Уважно використовуйте підтримку й консультації. Якщо ви не впевнені щодо якоїсь частини бюджету, зверніться до фахівців або консультантів, які можуть допомогти вам правильно оцінити витрати.

6. Не забувайте про невидимі витрати. Уважно розгляньте всі аспекти вашого проєкту, включно з адміністративними витратами, податками, вартістю послуг тощо.

Питання

- 1) *Як ви зможете передбачити в бюджеті проєкту потенційну зміну цін? Наприклад, зростання мінімальної заробітної плати, від якої залежать ваші гонорари або ціни на устаткування?*
- 2) *Як саме ви зможете визначити обов'язки ваших співробітників та їхнє завантаження, а також де шукати актуальні ринкові зарплати?*

Фандрайзингова стратегія проєкту як забезпечення сталості після закінчення грантового періоду

Фандрайзингова стратегія — це план залучення фінансових ресурсів для діяльності неприбуткової організації. Окремими її частинами може бути грантрайтинг як процес написання, подачі та звітування щодо грантових заявок та краудфандинг. Ви можете реалізовувати проєкт за власні кошти. Якщо це соціальний бізнес, то частину необхідних витрат він може покривати самостійно. Не варто плутати соціальний бізнес та продаж мерчу вашої організації: у другому випадку обсяги будуть набагато менші, як і докладені зусилля. Важливим джерелом фінансування може бути прибуток від надання місць під рекламу. Але ви маєте бути впевнені в чудовій репутації людини, якій робите рекламу.

Професія фандрайзера дуже затребувана, але дуже специфічна. Це людина, яка несе відповідальність за те, щоби проєкт мав гроші. Цей спеціаліст не може бути без зарплати, але, щоб у нього була зарплата, він має знайти кошти для всіх інших. Дуже часто роль фандрайзера виконує директор або лідер проєкту, чи людина, яка перебуває в основній команді ідеї.

Давайте розглянемо структуру фандрайзингової стратегії.

«Ядро проєкту» — ті витрати, без яких ваш проєкт не може існувати. Бажано, щоб ви мали стабільне джерело фінансування ваших ключових витрат — меценат, який захоплюється вашим проєктом і буде підтримувати його, незважаючи ні на що. Або відсотки з капіталу, який ви змогли відкласти. Або грант, але тривалий — хоча б на рік.

Підтримуйте теплі, екологічні стосунки з тими, хто вірить у вас. Постійно запитуйте себе — чому ці люди мене підтримують? Чим я можу їм віддячити? Вдячність — не обов'язково щось матеріальне. Часто це пост, особливе привітання з днем народження чи будь-яка інша приємність.

Наступна група витрат — це ті речі, які вам важливо робити, але в разі екстреної ситуації ви зможете поставити їх на паузу або скоротити, і ваша організація не зникне. Наприклад, ви проводите 5 заходів на місяць, а можете 2. Або купуєте на всі ваші заходи печиво, але можете не купувати. Ці витрати варто покривати з регулярних пожертв. Звісно, регулярні пожертви можуть стати нерегулярними, але забезпечують хоч якусь сталість вашої історії.

На разові заходи або нові проєкти можна збирати гроші з краудфандингів на тематичних платформах. Пам'ятайте, що в такому зборі головне — це ваша історія, а, отже, подбайте, щоб вона була дуже красивою.

На експеримент, на введення нової послуги, на масштабування, на екстрене реагування, із яким ви стикнулися через війну або епідемію, можете шукати грант. Крім того, гранти можуть даватися на розвиток вашого проєкту, особливо якщо ви змогли продемонструвати його сталість у період, коли у вас не було грантового фінансування.

Джерело фінансування, на яке має обов'язково виходити кожен проєкт, — це підтримка громади або вашої цільової аудиторії. Це працює у двох напрямках. Або ви безкоштовно даєте громаді проєкт, цінність якого вона усвідомлює і зрештою готова платити за нього хоча б за принципом «скільки можу». Або внаслідок вашого проєкту збільшується купівельна спроможність громади, люди оплачують ваші послуги, а ви можете розширити їх на тих, хто все ще не може платити.

Питання

- 1) Перелічіть основні джерела фінансування проєкту і для чого саме їх варто використовувати.*
- 2) Подумайте, чому саме розказування історії або «сторітелінг» є важливим для пошуку партнерів для проєкту.*

Розділ 2. Завдання та рекомендації до виконання завдань для самостійної роботи з курсу «Грантрайтинг у міській сфері»

Завдання 1. Пошук грантових конкурсів

1. Оберіть ідею проєкту. Це може бути як наявний проєкт, так і вигаданий вами, особистий чи командний.
2. На наведених нижче сайтах знайдіть грантові конкурси, що підходять під реалізацію вашої ідеї.

Для швидкого та якісного пошуку грантових заявок рекомендуємо вам регулярно переглядати сайти, що вказані в Додатку 1, та підписатися на їхню новинну розсилку.

Завдання 2. Розроблення грантової пропозиції

Уявіть, що ви представляєте неприбуткову організацію, яка працює у сфері охорони довкілля. Організація зосереджена на збереженні та відновленні екології в місті. Ви прагнете отримати фінансування для реалізації проєкту з ревіталізації паркової зони в місті з метою зменшення викидів CO₂ та підвищення якості повітря.

Завдання:

Аналіз ситуації. Проведіть дослідження та зберіть дані про доцільність ревіталізації природного об'єкту в місті. Бажано вибрати конкретний об'єкт для аналізу. Врахуйте наявні проблеми з викидами CO₂, рівнем забруднення повітря та наявністю зелених насаджень.

Мета та завдання проєкту. Сформулюйте конкретну мету вашого проєкту та складіть перелік завдань, необхідних для її досягнення.

Стратегія та методи. Опишіть стратегію, яку ви плануєте використати для здійснення проєкту ревіталізації. Особливу увагу зверніть на необхідність моніторингу результатів вашого проєкту.

Бюджет. Розробіть бюджет для проєкту, включно з, наприклад, витратами на залучення експертів та спеціалістів із ландшафтного дизайну, організацію толок, придбання рослин, матеріалів для встановлення та догляду за насадженнями, а також на найм робочої сили та проведення необхідних досліджень.

Сталість проєкту. Сформулюйте тези, які доведуть сталість користі від вашого проєкту після його завершення.

Завдання 3. Пошук креативного рішення

Уявіть, що у вашому місті зростає проблема забруднення повітря внаслідок транспортного руху. Це впливає на здоров'я мешканців і загрожує екологічній стійкості регіону. Вам потрібно придумати креативне рішення для зменшення забруднення повітря та покращення якості життя містян, і воно має бути пов'язане саме з транспортною темою.

Аналіз проблеми. Проведіть дослідження та зберіть дані про рівень забруднення повітря у вашому місті. Визначте основні джерела забруднення, типи забруднюючих речовин та їх вплив на здоров'я людей та довкілля.

Креативна ідея. Придумайте нестандартну ідею для зменшення забруднення повітря. Розгляньте можливість використання нових технологій, соціальних кампаній або інших інноваційних підходів.

Виконання плану. Розробіть детальний план впровадження вашої ідеї. Включіть кроки, необхідні для втілення проєкту, потенційних співробітників або партнерів, необхідний бюджет та строк реалізації.

Переваги та вплив. Оцініть потенційні переваги вашого рішення та його можливий вплив на зменшення забруднення повітря та покращення якості життя містян.

Презентація. Підготуйте презентацію вашого креативного рішення, яка буде вміщувати важливі аспекти проблеми, вашу ідею та її переваги, план впровадження та оцінку впливу.

Завдання 4. Аналітика настроїв благодійників

Аналітична робота — важлива частина роботи грантрайтера. Ви маєте вивчати тренди, щоб розуміти, в якому напрямі рухати вашу грантову діяльність. Пропонуємо вам ознайомитись із прикладами подібних аналізів.

I. Благодійність у часи війни. (з повною версією дослідження, проведеного за підтримки Zagoriy Foundation, ви можете ознайомитися за посиланням <https://zagoriy.foundation/wp-content/uploads/2022/08/doslidzhennya-2022-1.pdf>)

Висновки.

Загострення російсько-української війни в лютому 2022 року змінило картину благодійності в Україні. Передусім благодійність стала більш поширеною. Зростання масштабів благодійності зауважили 84 % мешканців України. Порівняно з 2021 роком, суттєво зросли оцінки поширеності благодійності в Україні (із 4,5 до 7,8 у 2022 році). Уперше за останні чотири роки поширеність благодійності в Україні оцінено як «високу».

Найчастіше зростання масштабів благодійності фіксують у Західному регіоні (86 %), трохи менше — у Центральному (84 %) та Південному (81 %) регіонах. Найменше помічають зростання поширення благодійності в Східному регіоні (74 % тих, хто до 24 лютого мешкав на сході, та 68 % тих, хто залишився там проживати). Також про зростання масштабів благодійності трохи частіше говорять місцеві мешканці, ніж внутрішньо переміщені особи (ВПО) — 83 % проти 78 %.

Традиційно благодійність більш поширена в центральних та західних областях України. Втім, порівняно з 2021 роком, Центральний регіон продемонстрував зростання і зрівнявся за показниками благодійності із Західним регіоном. Знаково, що ті особи, які досі проживають у Східному регіоні, оцінюють поширеність благодійності нижче, ніж ВПО та мешканці інших регіонів України. Це може бути пов'язано як з утрудненим доступом благодійних організацій та волонтерських ініціатив до прифронтових областей, так і з нижчою спроможністю місцевого населення підтримувати сусідів і колег (наприклад, через обмеженість ресурсів).

Зростання рівня благодійної допомоги помітне насамперед завдяки організованій роботі благодійних організацій та волонтерських фондів. Водночас високим є і рівень особистої участі й долучення соціального оточення. Кейси благодійної допомоги доволі часто фігурують у соціальних мережах. Більше половини мешканців України особисто більш активно включилися в благодійну чи волонтерську роботу. Ще половина зауважують надання допомоги людям, які їх оточують. Трохи рідше громадяни помічають допомогу українського бізнесу.

Ієрархія мотивів благодійності в Україні дещо змінилася з 2021 року. Хоча, як і раніше, домінують мотивами благодійності в Україні є співчуття та усвідомлення того, що від біди в країні сьогодні ніхто не застрахований, у 2022 році актуалізувалися ідеологічні мотиви: почуття патріотизму, прагнення долучитися до розв'язання важливих проблем, усвідомлення обов'язку перед суспільством.

86 % мешканців України стали благодійниками впродовж останнього року (на 19 % більше, ніж у 2021 році, та на 26 % більше, ніж у 2019-му). Традиційно найбільш поширеною ця практика є в західних областях, найменш поширеною — у східних. Трохи почастишали благодійні практики молоді. Порівняно з минулим роком, більш

активними стали чоловіки: тепер вони займаються благодійністю нарівні із жінками. Також є закономірність: що вищий рівень освіти й доходу респондента(-ки), то активніше він/вона долучається до благодійності.

...

86 % благодійників та волонтерів допомагали армії, 67 % — іншим бенефіціарам. Відносно всього населення співвідношення становить 74 % до 58 %. Армії чоловіки та жінки допомагали однаково (86 %). Водночас іншим бенефіціарам жінки допомагали трохи частіше (86 %) за чоловіків (71 %). У регіональному зрізі найчастіше армії допомагали на заході країни (94 %), трохи рідше — у центральних та південних областях (89 % та 83 % відповідно), ще рідше на сході України (72 %). Водночас інші напрями допомоги були найбільш популярні в Східному регіоні (72 %), трохи рідше в центральних та західних областях (67 % та 66 % відповідно), ще рідше на півдні (63 %). Місцеві мешканці громад робили дещо більше пожертв на підтримку армії (88 %), порівняно з ВПО (80 %). Натомість ВПО частіше долучалися до інших ініціатив (72 % проти 66 % серед місцевих мешканців).

Питання до джерела

1. Із чим, на вашу думку, пов'язано зростання обсягів благодійності під час війни?
2. Проаналізуйте причини нерівномірного зростання благодійності по регіонам із погляду 1) релігійної традиції; 2) економічної ситуації; 3) перебігу військових кампаній у 2022 році. Будь ласка, уникайте стереотипів.
3. Подумайте про залежність рівня освіти та обсягів благодійності. На вашу думку, який тут може бути зв'язок?
4. Порівняйте наведені тут уривки з аналогічними пунктами дослідження «Благодійність очима українців у 2021», або будь-якого дослідження після 2022 року, яке доступне на сайті www.zagoriy.foundation.

Завдання 5. Дослідження фандрайзингових стратегій

Для дослідження фандрайзингових стратегій просимо вас ознайомитися зі стратегією УКФ та відповісти на такі запитання:

1. Наскільки вона відповідає принципу диверсифікації?
 2. Які із цих параметрів ви можете використовувати для вашого проєкту?
 3. Де ви бачите ризики в реалізації подібної стратегії?
 4. Як ви думаєте, для чого організації, яка існує за бюджетні кошти, розробляти фандрайзингову стратегію?
 5. Які конкретні кроки здійснює УКФ для забезпечення фінансової сталості?
- Фандрайзингова стратегія Українського культурного фонду. З повним текстом стратегії ви зможете ознайомитися на сайті УКФ за посиланням

<https://ucf.in.ua/storage/docs/28122019/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F%20%D1%84%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D1%83%20%D0%A3%D0%9A%D0%A4%202019-2021.pdf>

Завдання 6. Аналіз уривка зі статуту організації щодо фінансової діяльності

У цьому завданні вам потрібно детально розглянути уривок зі статуту організації, що регулює її фінансову діяльність. Статуту громадських організацій доступні в мережі інтернет.

Ваш аналіз має містити відповіді на такі запитання:

- 1) Які принципи та механізми управління фінансами закладені в документі?
- 2) Які основні джерела доходів передбачені статутом (гранти, пожертви, членські внески, комерційна діяльність тощо)?
- 3) Які вимоги до ведення обліку, звітності та контролю за використанням коштів?
- 4) Чи містить уривок обмеження щодо використання коштів або певні фінансові зобов'язання?

Ваш аналіз має бути логічно структурованим, аргументованим та містити висновки щодо фінансової політики організації.

Завдання 7. Аналіз уривка комунікаційної стратегії некомерційної організації

У цьому завданні вам потрібно детально розглянути уривок із комунікаційної стратегії некомерційної організації. Стратегію ви можете знайти в мережі або отримати у викладача.

Аналіз має містити відповіді на такі запитання:

- Які завдання стоять перед організацією у сфері комунікації? (Наприклад, залучення волонтерів, збір коштів, підвищення обізнаності про проблему тощо.)
- На кого спрямовані комунікаційні зусилля? Чи визначені різні групи аудиторії та їхні потреби?
- Які платформи та інструменти використовує організація для взаємодії з аудиторією (соціальні мережі, ЗМІ, заходи, розсилки тощо)?
- Які основні ідеї та меседжі організація передає своїй аудиторії?
- Чи передбачені механізми оцінки ефективності комунікації (зворотний зв'язок, аналітика, коригування стратегії)?

Ваш аналіз має бути логічно структурованим, аргументованим і містити висновки щодо ефективності комунікаційної стратегії організації.

Критерії оцінювання залікової роботи з грантрайтингу

Залікова робота складається з двох питань, кожне з яких оцінюється у **20 балів**.
Максимальна оцінка за роботу — **40 балів**.

Оцінювання кожного питання (20 балів)

1. Повнота та глибина відповіді (10 балів)

- Відповідь повністю розкриває суть питання.
- Наведені аргументовані пояснення та приклади.
- Демонструється розуміння основ грантрайтингу та практичних аспектів.

2. Структурованість та логіка викладу (5 балів)

- Відповідь логічно побудована, без суперечностей.
- Використовується чітка та зрозуміла термінологія.
- Дотримана послідовність у викладі думок.

3. Грамотність та оформлення (5 балів)

- Відповідь оформлена відповідно до академічних стандартів.
- Відсутні суттєві граматичні, орфографічні та стилістичні помилки.
- Використані коректні джерела (якщо потрібно).

Шкала оцінювання

- **36–40 балів** — відмінно
- **30–35 балів** — добре
- **24–29 балів** — задовільно
- **менше 24 балів** — незадовільно

Список літератури до курсу

Основна література

1. Євдокимова І. А. Соціальне проектування та фандрайзинг у соціальній роботі: навчально-методичні матеріали для студентів / І. А. Євдокимова. — Харків: Видавництво ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2011. — 47 с.
2. Довгань Л. Є. Стратегічне управління: навчальний посібник для вузів / Людмила Євгенівна Довгань, Юрій Васильович Каракай, Ліна Петрівна Артеменко. — 2-ге вид. — Київ: ЦУЛ, 2011. — 439 с.
3. Краплич Р. Основи життєздатності неприбуткових організацій і мобілізація громади. Посібник для осередків громадської активності. — Рівне, 2008. — 120 с.
4. Марченко О. В., Сушко Д. О. Методичні рекомендації щодо участі в грантових програмах та конкурсах. — Дніпро, 2018. — 68 с.
5. Пуртов В. Ф. Менеджмент організацій: навчальний посібник. — Харків: Видавництво ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2015. — 151 с.
6. Tempel Eugene R., Seiler Timothy L., Burlingame Dwight F. Achieving Excellence in Fundraising. 4th Ed. — Jossey-Bass, 2018. — 581 p.

Допоміжна література

1. Посібник із фандрайзингу для бізнес-об'єднань: посібник / О. Я. Бабій. Київ, 2017 168 с.
URL: https://platform-msb.org/wpcontent/uploads/2018/03/Fundraising_for_VMOs_Babij_2017.pdf
2. Грантрайтинг: методичні рекомендації для органів публічної влади щодо написання проектних заявок / [О. В. Кулініч, Д. С. Ткачов, С. Є. Ігнат'єв та ін.]; за ред. О. В. Кулініча. Харків: Регіональний центр міжнародних проектів і програм, 2013. 78 с. URL: <http://www.cultura.kh.ua/images/stories/document/grantraiting.pdf>
3. Основи грантрайтингу та управління проектами в публічній сфері: методичні рекомендації для органів влади та недержавних організацій / авт. кол.: В. В. Белявцева, А. І. Гнатенко, О. С. Зінченко та ін.; за заг. ред. О. В. Кулініча. Харків: Золоті сторінки, 2017. 148 с. URL: https://economy.cg.gov.ua/web_docs/966/2017/02/docs/Харківська%20ОДА.pdf
4. Розробка концептуальної ноти проекту: практичний посібник / Проект Європейського Союзу. Підтримка регіонального розвитку в Україні. URL: http://surdp.eu/uploads/files/SURDP_Manuals/Project_Concept_Development_Manual_UA.pdf
5. Розробка повної форми заявки: практичний посібник / Проект Європейського Союзу. Підтримка регіонального розвитку в Україні. URL: http://surdp.eu/uploads/files/SURDP_Manuals/Project_Concept_Development_Manual_UA.pdf

6. Campbell B. Listening to your donors: the nonprofit's practical guide to designing and conducting surveys that improve communication with donors, refine marketing methods, make fundraising appeals more effective, increase your income. — San Francisco; Washington; London: Jossey-Bass, 2000. — 214 с.
7. Bennett Roger. Nonprofit Marketing and Fundraising: A Research Overview. — Routledge, 2018. — 116 p.
8. Pettey J.G. (Ed.) Nonprofit Fundraising Strategy: A Guide to Ethical Decision Making and Regulation for Nonprofit Organizations by Janice Gow + Website. Wiley, 2013. — 460 p.
9. Harris Maxine, O’Leary Michael B. Lessons for Non-Profit and Start-Up Leaders: Tales from a Reluctant CEO. — Rowman & Littlefield Publishers, 2017. — 196 p.

10. Посилання на інформаційні ресурси в інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення

1. <http://www.canactions.com/> Canactions
2. <https://warm.if.ua/> Тепле місто
3. <https://bigggidea.com> Краудфандинг
4. <https://www.indiegogo.com/> Indiegogo
5. Gurt.org.ua

Додатки

Додаток 1. Список питань до залікової роботи з курсу «Грантрайтинг у міській сфері»

Питання до заліку з дисципліни «Грантрайтинг у міській сфері»

1. Особливості грантової діяльності в Україні.
2. Якою може бути структура грантового проєкту?
3. Огляд фондів, що надають гранти на проєкти в Україні: вітчизняні грантодавці.
4. Огляд фондів, що надають гранти на проєкти в Україні: зарубіжні грантодавці.
5. Трендові тематики для подачі грантів станом на 2023–2024 роки.
6. Ресурси для пошуку грантів.
7. Створення фандрайзингової стратегії та визначення місця грантового фінансування.
8. Поняття співфінансування та пошук партнерів для реалізації проєкту.
9. Пошук меценатів, формування сталого партнерства.
10. Краудфандинг як доповнення (альтернатива) грантового фінансування.
11. Джерела комунікації із поточними партнерами. Комунікація із клієнтами проєкту.
12. Важливість комунікації до / під час конкурсного етапу. Грантодавець як союзник під час впровадження проєкту.
13. Метод «дерево проблем — дерево рішень»
14. Методи виявлення ризиків проєкту.
15. Поняття аудиту. Основні документи, які потрібно готувати для звіту.
16. Етапи проведення тендеру.
17. Професія «грантрайтер» та її затребуваність на ринку праці.

Додаток 2. Приклад залікового білету

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Філософський факультет

Спеціальність 034 «Культурологія»

Освітня програма «Урбаністичні студії»

Семестр I

Форма навчання: денна

Рівень вищої освіти: перший бакалаврський

Навчальна дисципліна: «Грантрайтинг у міському просторі»

ЗАЛІКОВИЙ БІЛЕТ № 1

1. Створення фандрайзингової стратегії та визначення місця грантового фінансування. (20 балів)
2. Поняття аудиту. Основні документи, які потрібно готувати для звіту. (20 балів)

Затверджено на засіданні кафедри українознавства
протокол № 3 від «30» жовтня 2024 р.

В. о. завідувача кафедри українознавства _____ доц. Н. М. Аксьонова

Викладач _____ ст. викл. В. О. Нестеренко

Сайти, де розміщено корисну інформацію для організацій громадянського суспільства

1. <https://gurt.org.ua/>

Ось як себе позиціонує сам портал у розділі «Про нас»: Портал ГУРТ є щоденним інструментом інформування та використання для лідерів громад, менеджерів громадських, благодійних організацій, донорських структур, соціально відповідального бізнесу, представників органів місцевого самоврядування, органів державної влади та журналістів.

Він є найстарішим подібним ресурсом в Україні й містить багато корисної інформації з історії розвитку громадянського суспільства в нашій державі.

2. <https://www.prostir.ua/category/grants/>

Сайт Простір можна вважати спробою створити соціальну мережу для діячів громадських організацій. Наскільки це вийшло успішно — відкрите питання, проте саме тут донори можуть попросити вас розмістити тендер або оголошення про пошук персоналу за вашим проектом. Тож варто підписатись одразу.

Сам Простір презентує себе наступним чином: *Якщо є бажання залучатися до громадських активностей, відчувати співпричетність до важливих перетворень у країні — ви потрапили за адресою. Так, тут ви знайдете чимало цікавих можливостей — програм розвитку, грантів, стипендій, вакансій і стажувань. Зростаймо разом!*

Якщо ви ще й із громадської організації (ініціативи), окрім корисної інформації на Порталі, маєте можливість отримати цілий комплекс безплатних послуг та сервісів: презентувати організацію, її активності, знаходити ресурси для розвитку, волонтерів, партнерів, експертів, працівників

3. <https://houseofeurope.org.ua/>

House of Europe («Дім Європи») — програма, що фінансується Європейським Союзом, створена для підтримки професійного та творчого обміну між українцями та їхніми колегами в країнах ЄС і Великій Британії. Вона зосереджена на культурі і креативному секторі, освіті та роботі з молоддю, соціальному підприємстві, медіа.

На цьому ресурсі ви знайдете корисні програми щодо студентського обміну, подорожей, стажувань, волонтерства в інших країнах. Також тут можна знайти фінансову підтримку для власного мистецького проєкту або дослідження.

Електронне навчальне видання комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережному режимі

Нестеренко Вікторія Олександрівна

ГРАНТРАЙТИНГ У МІСЬКІЙ СФЕРІ

Методичні рекомендації
до організації семінарських занять і самостійної роботи з курсу для здобувачів
вищої освіти першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми
«Урбаністичні студії»

В авторській редакції

Підписано до розміщення 28.03.2025. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 6,1. Обсяг 0,365 Мб. Зам. № 126/25.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.2009
Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна