

Грантрайтинг та фандрайзинг у діяльності ОСББ

Уявіть, що ви придбали курча за низькою ціною. Ви його годували, давали свіжу водичку, курча виросло, і ви його продали за більшу ціну. Або заробили на яйцях, коли курка почала нестися. Ще краще, якщо на отримані від продажу яєць гроші ви купили друге курча, виростили його, і тепер уже дві курки несуть вам яйця. У кожному варіанті це інвестиції у тому чи іншому вигляді.

Інвестування — вкладення фінансів у актив, який через деякий час може дати прибуток (регулярний чи одноразовий), економію (коштів), соціальний (соціальні інвестиції) та/або екологічний ефект (екологічні інвестиції).

Якщо наш актив – будинок ОСББ, то можливим є інвестування в його енергоефективність (економія енергоресурсів та коштів); інвестування у підвищення рівня комфортності та якості життя (соціальний ефект); інвестування у підтримання (продовження) життєвого циклу будівлі.

За джерелом походження інвестиції поділяються на власні фінансові ресурси (для ОСББ – внески); залучені фінансові ресурси (фінансування/співфінансування в рамках цільових програм; приватні інвестиції, наприклад, ЕСКО-компанії; грантове фінансування/співфінансування тощо); позикові фінансові кошти (кредитні кошти).

Наведемо деякі визначення:

Грант – кошти, що надаються безповоротно НКО або ФО на реалізацію соціальних проєктів, благодійних програм, проведення досліджень, навчання та інші суспільно корисні цілі з подальшим звітом про їхнє використання та результати.

Проєкт – комплекс заходів, вкладених у досягнення чітко зазначених цілей за певний період у межах певного бюджету (обмеженої кількості ресурсів).

Грантодавець – юридична або фізична особа, яка надає цільову безповоротну фінансову допомогу на виконання конкретного проєкту.

Грантер (грантоотримувач) – отримувач гранту на виконання конкретного проєкту.

Грантрайтинг (від англ. grantwriting) – технологія написання проєктів (заявок) для отримання грошових коштів на виконання конкретного проєкту.

Фандрайзинг (або фандрейзинг), від англ. fundraising (fund – кошти, фонди) і raise – піднімати, збільшувати) – залучення ресурсів, коштів від благодійних фондів та приватних осіб для реалізації соціально значущих проєктів.

Суб'єктами фандрайзингової діяльності є неприбуткові організації (НПО), у т. ч. можуть бути і ОСББ. На схемі ви бачите, що передбачає грантрайтингова та фандрайзингова діяльність для підготовки заявки (проєкту) та залучення коштів для його реалізації.

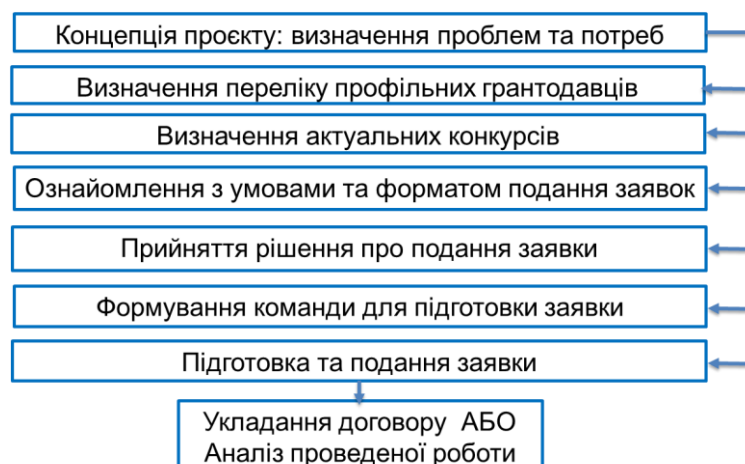


Рис. 1. Грантрайтинг і фандрайзинг як інструменти підготовки та реалізації проєктів

Розробка будь-якого проєкту починається з визначення та аналізу проблемних ситуацій – реальних труднощів або невикористаних можливостей. Проблема треба визначати як наявну негативну ситуацію, а не відсутність бажаної ситуації. Мають бути підтвердження, що проблема насправді існує. Проблема має бути чітко визначеною і такою, що вирішується. Тобто її можна вирішити за кошти гранту (можливо, зі співфінансуванням).

Необхідно ідентифікувати додаткові проблеми, які напряму пов'язані з основною у конкретній сфері (тобто з тематикою грантового проєкту).

Можна провести сортування проблем для створення структури причинно-наслідкових зв'язків під назвою «дерево проблем».

Розглянемо приклади формулювання проблем:

1. Зростання вартості будівельних матеріалів «з'їдає» фінансові ресурси ОСББ.
2. Перехід на роботу за графіком містоутворюючих підприємств погіршує платіжну дисципліну в ОСББ.
3. ВПО витрачають забагато часу, щоб зареєструватися в якості переселенця.
4. Через центри зайнятості роботу знайшли менше 20% ВПО.
5. Понад третини ВПО не можуть працевлаштуватися у приймаючій громаді міста Р.

Для побудови «дерева проблем» треба сформулювати центральну проблему, визначити її причини та наслідки невирішення.

Центральна проблема: понад третини ВПО не можуть працевлаштуватися у приймаючій громаді міста Р.

Причини: нестача у ВПО навичок ефективного досвіду пошуку роботи;
брак вакансій;
втрата документів, що підтверджують кваліфікацію.

Наслідки: безробіття негативно впливає на економіку родини;
ВПО не можуть зняти нормальне житло;
відсутність роботи посилює депресію та відчуття невпевненості.

А тепер перейдемо до аналізу заінтересованих сторін (ЗС) проєкту. Спочатку треба їх ідентифікувати.

Заінтересована сторона (стейкхолдер):

- ✓ це людина або група людей, від яких залежить позитивний або негативний результат впровадження проєкту;
- ✓ це ті, хто зацікавлений у позитивних результатах проєкту, керує ним, може на нього впливати, а також ті, на кого можуть вплинути (позитивно або негативно) результати проєкту.

Для чого виконувати аналіз ЗС?

- ✓ «негативні» заінтересовані сторони можуть перешкодити здійсненню проєкту;
- ✓ підтримка «позитивних» заінтересованих сторін допоможе подолати перешкоди в ході реалізації проєкту
- ✓ «байдужі» (групи, які не заінтересовані, не вірять у позитивний результат і не є супротивниками) можуть «гасити» всі ініціативи, зводячи їх нанівець.

Аналіз ЗС дозволяє:

- ✓ зрозуміти потреби тих, хто має відношення до проблеми;
- ✓ визначити тих, хто потенційно програє і виграє в результаті проєкту;
- ✓ виявити тих, у кого є інтереси, ресурси, здібності, можливості, необхідні для реалізації проєкту або впливу на нього;
- ✓ виявити тих, кого потрібно залучати до участі у плануванні і здійсненні проєкту;
- ✓ виявити і пом'якшити ризики, у тому числі можливі конфлікти інтересів і очікувань сторін.

Далі будується матриця ЗС: аркуш ділиться на 4 частини – квадранти, де розміщують ЗС залежно від їхньої впливовості та заінтересованості.

<i>заінтересовані і невливові</i>	<i>заінтересовані і впливові</i>
<i>незаінтересовані і невливові ЗС</i>	<i>незаінтересовані і впливові</i>

На базі цієї матриці розробляють стратегію взаємодії із заінтересованими сторонами.

1) Низький вплив на проєкт, низька заінтересованість. Стратегія така:

- забезпечуйте загальне інформування;
- за можливості збільшуйте рівень зацікавленості.

Найменш важливі ЗС.

2) Низький вплив на проєкт, висока заінтересованість. Стратегія така:

- приділіть увагу;
- залучайте там, де низькі ризики;
- інформуйте, консультуйтеся.

Це ваші потенційні союзники.

3) Великий вплив на проєкт, високий рівень інтересу. Стратегія така:

- сфокусуйте зусилля на них;
- залучайте до проєкту та до процесу прийняття рішень;
- мають бути завжди задоволені.

Це – основні гравці.

4) Великий вплив на проєкт, але низький рівень інтересу. Стратегія така:

- зрозумійте та задовольніть інтерес;
- залучайте і консультуйтеся;
- намагайтесь збільшити інтерес.

Це – потенційне джерело ризику.

Великі проєкти вимагають розроблення плану залучення заінтересованих сторін. Його треба періодично переглядати. Оновлювати реєстр заінтересованих сторін. Життя змінюється, і якщо ті, хто був невливовим, набуде значного впливу, тоді цю ЗС варто залучати більш активно. Або якщо інформаційна кампанія допоможе підвищити заінтересованість, наприклад, ЗМІ щодо вашого проєкту, також треба внести зміни у стратегію поводження з ними.

Загальна мета проєкту. Це більш широка мета, досягненню якої сприятиме проєкт. Із формулювання загальної мети видно, чому проєкт є важливим для суспільства з погляду надбань та довгострокової користі. Загальної мети важко досягти за результатами одного проєкту – для цього може бути потрібно багато інших проєктів.

Цілі відображають основну проблему проєкту, вирішення якої забезпечить довгострокові вигоди та переваги для бенефіціарів (вигодоотримувачів) і цільових груп.

Бенефіціари – це суб'єкти, які безпосередньо отримують певні вигоди від проєкту.

Цільова група – це середовище, на яке ми впливаємо.

Цілі мають бути:

- ✓ досяжними за період дії проєкту;
- ✓ гнучкими;
- ✓ вимірюваними (кількісна характеристика);
- ✓ конкретними (що? хто? коли? як?);
- ✓ сумісними (між собою та загальною метою);

- ✓ прийнятними для учасників і заінтересованих сторін.

Досягнення цілей потребує низки дій, виконання яких матиме практичні результати — результативні наслідки проєкту, продукти поточної діяльності проєкту та впливи: задоволені потреби, усунені перешкоди відповідно до цілей проєкту. Очікувані результати проєкту перелічені у табл. 1.

Логіка впровадження проєкту показує зв'язок між цілями проєкту та запланованими діями. Вона застосовується, щоб зрозуміти, чи забезпечить запланована діяльність досягнення цілей проєкту.

Таблиця 1. Очікувані результати проєкту

Результативні наслідки проєкту	Які зміни є результатом проєкту?	Наприклад, поліпшені знання, вміння, що у перспективі забезпечать підвищення, нову роботу тощо
Результати/продукти поточної діяльності проєкту	Що є результатом/ продуктом діяльності?	Наприклад, розроблено певну кількість буклетів, проведено низку семінарів, пройшла навчання певна кількість осіб.
Діяльність/заходи	Яку діяльність/заходи впроваджує проєкт?	Наприклад, розробка навчальних програм, підготовка матеріалів.
Засоби	Які ресурси використовує проєкт?	Грошові кошти, персонал, обладнання.

Щоб перевірити логіку, знайдіть відповіді на запитання:

- ✓ Чи призведуть ці дії до відповідних результатів — результативних наслідків проєкту, продуктів діяльності проєкту та впливу?
- ✓ Чи всі дії достатні та необхідні для досягнення результатів?
- ✓ Чи зможуть усі результати/продукти діяльності проєкту забезпечити очікування та потреби цільових груп та бенефіціарів?
- ✓ Чи використовуватимуть їх цільові групи та бенефіціари після закінчення проєкту у прийнятній часовій перспективі?
- ✓ Чи є всі ці результати необхідними та достатніми для досягнення цілей проєкту?
- ✓ Чи досягнення цілей проєкту буде вагомим внеском у досягнення загальної мети проєкту?

Тепер перейдемо до важливої теми — пошук потенційних донорів/грантодавців. Класифікація донорів наведена на рис. 2.



Рис. 2. Класифікація донорів

За територіальними межами дії:

- ✓ національні;
- ✓ міжнародні.

За сферою інтересів:

- ✓ вузькоспеціалізовані (підтримка у чітко визначених сферах), як-от Всесвітній фонд боротьби зі СНІДом, Глобальний екологічний фонд;
- ✓ універсальні (пріоритети – різноманітні суспільні проблеми).

За видами допомоги:

- ✓ гранти на різні програми за сферою інтересів (діяльності) донора;
- ✓ стипендії на навчання;
- ✓ експертна (консультативна) допомога;
- ✓ технології, обладнання тощо.

За джерелом капіталу:

- ✓ міждержавні організації;
- ✓ урядові;
- ✓ суспільні;
- ✓ приватні, корпоративні.

Розглянемо, які програми, фонди та механізми фінансування проєктів діють на теренах України, незважаючи на воєнний стан.

Програма Фонду енергоефективності «Енергодім». Станом на кінець лютого 2023 р. за цією програмою схвалено 864 проєкти на суму понад 8,2 млрд грн.

Фонд регіонального розвитку (для ОМС) <https://new.dfr.minregion.gov.ua/pro-dfrr>.

Як подати проєкт?

1. Регіональна комісія оголошує збір проєктів (на сайті).
2. Заявники звертаються до регіонального адміністратора сайту <http://dfr.minregion.gov.ua>, отримують логін/пароль, вносять інформацію про проєкт.
3. Члени регіональної комісії отримують логін/пароль на сайті <http://dfr.minregion.gov.ua> і оцінюють проєкти.
4. Регіональна комісія приймає рішення.
5. ОДА подає перелік відібраних проєктів у Мінрегіон.
6. Міжвідомча конкурсна комісія при Мінрегіоні перевіряє проєкти на відповідність вимогам законодавства.
7. Кабмін затверджує переліки відібраних проєктів за погодженням з Комітетом Верховної Ради України з питань бюджету.
8. Мінфін спрямовує кошти.

Механізм ЕСКО. Енергосервісний договір – договір на здійснення енергосервісу, оплата якого здійснюється за рахунок досягнутого в результаті виконання енергосервісу скорочення споживання та/або витрат на оплату ПЕР/ЖКП.

Джерела фінансування:

- ✓ власні кошти ЕСКО;
- ✓ власні кошти замовника робіт (цільове виділення коштів з бюджету);
- ✓ кредити фінансових установ (банків, МФО);
- ✓ приватні інвестиції третіх осіб.

Міжнародні організації:

- ✓ установи ООН: Програма розвитку ООН (ПРООН), Агентство ООН з питань промислового розвитку (ЮНІДО);
- ✓ установи СБ (МФК), ЄБРР та ЄС (Європейська комісія, Рада Європи, ОБСЄ, Центрально-європейська ініціатива);
- ✓ Північна екологічна фінансова корпорація (НЕФКО);
- ✓ Східно-європейське партнерство у сфері енергоефективності та екології;
- ✓ Глобальний екологічний фонд;
- ✓ Глобальний фонд кліматичного партнерства;
- ✓ Північний інвестиційний банк.

Урядові донори та донорські фонди

Іноземні агентства/державні установи:

- ✓ Агентство США з міжнародного розвитку (USAID);
- ✓ Німецьке товариство технічного співробітництва (GIZ);
- ✓ Канадське агентство міжнародного розвитку (CIDA);
- ✓ Федерація канадських муніципалітетів;
- ✓ Шведське агентство з питань міжнародної співпраці та розвитку (SIDA) та ін.

Міжнародні фонди:

- ✓ PHARE – Програма демократії, Міжнародний Вишеградський фонд;
- ✓ приватні фонди;
- ✓ фонд «Відродження» Дж. Сороса, Фонд Рокфеллера, Фонд Джона Нурмінена (Фінляндія).

Посольства іноземних держав в Україні: США, ФРН, Норвегії, Словаччини, Польщі, Японії, що мають грантові програми

Проекти міжнародної технічної допомоги:

- ✓ Проект USAID «Демократичне врядування у Східній Україні»
<https://www.facebook.com/DemocraticGovernanceEast>
- ✓ Проект USAID «Економічна підтримка Східної України» (27.08.2018 р. – 26.08. 2023 р.)
<https://www.facebook.com/ERAUkraine>
- ✓ Проект USAID «Енергетична безпека» (01.07.2018 р. – 30.06.2023 р.)
<https://energysecurityua.org/>
- ✓ Проект USAID «Мріємо та діємо» (10.08. 2020 р. – 09.08.2025 р.)
<https://www.facebook.com/mriemotadiemo/>
- ✓ Проект GIZ «Сприяння покращенню економічного становища вразливих груп населення в регіоні Азовського моря» (2020-2024 рр.) <https://www.giz.de/en/worldwide/32413.html>
- ✓ Програма Швейцарського бюро співробітництва з економічного розвитку Східної України
<https://lap.drc.ngo/title/msd>.

Система моніторингу грантових можливостей. Моніторинг — це постійний контроль за діяльністю (табл. 2). Моніторинг супроводжує діяльність від етапів її планування, підготовки, безпосередньої реалізації і до етапу досягнення її кінцевої мети. Моніторинг є інструментом оцінювання ефективності діяльності.

Порівнюючи те, що виконано, з цілями і завданнями на визначений відрізок часу, моніторинг дозволяє визначити недоліки, які потрібно вчасно усунути. Моніторинг також забезпечує елементи аналізу проблем і перешкод, що виникли, та пропонує заходи для їхнього подолання і шляхи досягнення запланованих цілей.

Таблиця 2. Моніторинг грантових можливостей

Дата останнього відвідування сайту	Донор/країна походження донора	Вебсторінка донора (розділ «Закупівлі», «Гранти» тощо)	Основні напрями роботи донора	Основна контактна особа з боку донора	Інформація про основні контакти з донором (листи, зустрічі)

Корисні посилання для моніторингу:

Ресурсний центр «ГУРТ» <http://www.gurt.org.ua/news/grants/>

Портал «Громадський простір» <https://www.prostir.ua/category/grants/>

Платформа «Маркетплейс» <http://www.cd-platform.org/granti>

База даних грантових можливостей <https://fconline.foundationcenter.org/>