

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Західноукраїнський національний університет**  
**Кафедра фінансів ім. С. І. Юрія**

## **ТЕСТИ ТА СИТУАЦІЙНІ ВПРАВИ**

для самостійної підготовки до практичних занять  
з навчальної дисципліни «Фандрайзинг у публічному секторі»  
студентів денної форми навчання  
освітньо-професійної програми «Фінанси»  
другого ступеня вищої освіти (магістр)  
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Тернопіль – 2021

Горин В. П. Тести та ситуаційні вправи для підготовки до практичних завдань з навчальної дисципліни «Фандрайзинг у публічному секторі» студентів освітньо-професійної програми «Фінанси» денної форми навчання другого ступеня вищої освіти (магістр) спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 24 с.

Укладач:

Горин В. П., д.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів ім. С. І. Юрія

**Рецензенти:**

**Слатвінська М. О.**, д.е.н., проф., професор кафедри фінансів Одеського національного економічного університету

**Кириленко О. П.**, д.е.н., проф., завідувач кафедри фінансів ім. С. І. Юрія  
Західноукраїнського національного університету

Розглянуто та рекомендовано  
засіданням кафедри фінансів ім. С. І. Юрія  
Протокол № 1 від 17 серпня 2021 р.

## ВСТУП

Тестування є однією з інноваційних форм інформатизованої системи освіти. Концепція об'єктивної системи тестування як необхідна складова сучасної освіти та процесу навчання набула визнання в більшості розвинених країн.

Тести – це стандартизовані завдання, за результатами яких можливо сформулювати висновок про рівень знань, умінь, навичок студентів з дисципліни. Тестування широко застосовують на усіх ланках навчання у закладах вищої освіти, від тренувального контролю до самостійного навчання.

Тестування дає можливість оцінити знання відразу всіх студентів групи; виконання тестів займає незначний період часу, що звільняє простір для застосування інших технологій навчання, а також дає змогу застосувати його практично на будь-якому занятті. Важливою перевагою тестування є забезпечення справедливості оцінювання, оскільки студенти працюють з однаковим за рівнем складності матеріалом.

Отже, переваги тестування як навчальної технології у тому, що воно суттєво підвищує ефективність навчального процесу, дає можливість перейти від суб'єктивного та інтуїтивного оцінювання знань студентів до використання об'єктивних обґрунтованих методик вимірювання результатів навчання.

Метод навчання за допомогою ситуаційних вправ ґрунтується на описі проблеми чи ситуації, що дає змогу наблизити процес опанування знань з предмету до реальної практичної дійсності. Ситуаційні вправи можуть базуватись на реальних ситуаціях, а також передбачати застосування вигаданих параметрів. Мета ситуаційного методу навчання – поставити студента в умови, коли вони будуть змушені самостійно приймати рішення. Метод ситуаційних вправ розвиває навички вирішення проблем, аналітичного мислення та формулювання об'єктивних лаконічних висновків.

## ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ФАНДРАЙЗИНГ У ПУБЛІЧНОМУ СЕКТОРІ»

### ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФАНДРАЙЗИНГУ У ПУБЛІЧНОМУ СЕКТОРІ

1. Професійна діяльність з мобілізації фінансових та інших ресурсів для реалізації соціально важливих неприбуткових проектів, яка потребує спеціальних знань та навичок фандрайзера, що можуть вплинути на прийняття позитивного рішення донора – це:
  - а) фандрайзинг;
  - б) аутсорсинг;
  - в) корпоративна соціальна відповідальність;
  - г) філантропія.
  
2. Основна відмінність фандрайзингу від інвестування у тому, що він передбачає:
  - а) передбачає залучення коштів для реалізації неприбуткових проектів;
  - б) спрямований на залучення коштів лише фізичних осіб;
  - в) не передбачає сплату податків;
  - г) передбачає можливість реалізації проектів, пов'язаних із фінансуванням поточної діяльності неприбуткових установ.
  
3. Інтерес учасників реалізації проектів в рамках фандрайзингу полягає в отриманні:
  - а) вигод соціально-економічного, політичного, суспільно-комунікативного характеру;
  - б) частини прибутку від реалізації проекту;
  - в) податкових пільг;
  - г) статусу неприбуткової організації.
  
4. Залученням коштів на покриття поточних витрат організацій і установ, що займаються діяльністю, яку неможливо здійснити в комерційному режимі має назву:
  - а) оперативний фандрайзинг;
  - б) поточний фандрайзинг;
  - в) аутсорсинг;
  - г) поточне фінансування.
  
5. Залучення професійних консультантів (фандрайзерів), які займаються пошуком зовнішнього фінансування проекту – це:
  - а) зовнішній фандрайзинг;
  - б) фінансовий консалтинг;
  - в) бюджетний фандрайзинг;
  - г) професійний консалтинг.
  
6. Суб'єктами фандрайзингу не вважають:
  - а) донорів;
  - б) бюджетні установи;
  - в) громадські об'єднання, релігійні та благодійні організації;
  - г) політичні партії.
  
7. Донор – це:
  - а) приватна особа чи організація (фонд), які надають громадянам та неприбутковим організаціям на некомерційній безповоротній основі необхідні ресурси на реалізацію заявленого проекту;
  - б) особа, яка за власним бажанням добровільно залучена до фандрайзингової діяльності;

- в) особа, яка надає ідеї для проектів, які можна профінансувати в рамках фандрайзингової діяльності;
- г) окрема особа або група осіб, які потерпають від певної проблеми та на яких спрямована дія проекту.

8. Характерною ознакою «державних» донорів є те, що вони:

- а) вузька спеціалізація допомоги та жорсткі вимоги до оформлення заявок та звітності;
- б) широка спеціалізація та послаблені вимоги до оформлення заявок та звітності;
- в) вимагають включення свого представника до групи, яка розробляє проект;
- г) фінансують тільки проекти у публічному секторі.

9. Волонтер – це:

- а) особа, яка за власним бажанням добровільно залучена до фандрайзингової діяльності;
- б) особа, яка надає ідеї для проектів, які можна профінансувати в рамках фандрайзингової діяльності;
- в) приватна особа чи організація (фонд), які надають громадянам та неприбутковим організаціям на некомерційній безповоротній основі необхідні ресурси на реалізацію заявленого проекту;
- г) окрема особа або група осіб, які потерпають від певної проблеми та на яких спрямована дія проекту.

10. Одним із правил успішного фандрайзингу є:

- а) донори дають гроші не організаціям, а людям;
- б) ніколи не турбує донора після отримання фінансування;
- в) фандрайзингом може займатися кожен, просто бери і роби;
- г) не шукай донора у своєму регіоні, шанс отримати фінансування невеликий.

## **ТЕМА 2. ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФАНДРАЙЗИНГУ**

1. Структура, місією якої є створення середовища для ефективної, прозорої та відповідальної благодійності в Україні шляхом утвердження демократичних стандартів практики фандрайзингу має назву:

- а) Інститут професійного фандрайзингу;
- б) Асоціація фандрайзерів України;
- в) Державний фандрайзинговий фонд України;
- г) Асоціація благодійників України.

2. Найпоширенішою формою благодійності у період існування Київської Русі була:

- а) князівська благо чинність;
- б) данина;
- в) оброк;
- г) милостиня.

3. Який період вважають «золотою добою» вітчизняного благодійництва:

- а) XIX – початок XX ст.;
- б) період існування Запорізької Січі;
- в) сучасний період після Революції Гідності 2014 року;
- г) перше десятиліття після здобуття незалежності України.

4. У якій країні світу фандрайзинг набув найбільшого масштабу?

- а) США;

- б) Швеція;
- в) Німеччина;
- г) Японія.

5. Яка структура об'єднує фандрайзингові організації у Європі:

- а) Європейська асоціація фандрайзингу;
- б) Ліга європейських меценатів;
- в) Інститут Джона Хопкінса;
- г) Рада європейських фандрайзерів.

6. Важливою тенденцією сучасності у розвитку фандрайзингу є:

- а) використання інноваційних технологій та мережі Інтернет;
- б) відмова від принципу фінансування неприбуткових проєктів;
- в) перехід до фінансової підтримки проєктів тільки за наявності співфінансування;
- г) законодавче регулювання фандрайзингу через прийняття відповідного закону «Про фандрайзинг».

7. Отримання необхідних послуг шляхом вирішення суспільно значущих завдань силами безлічі добровольців, координація діяльності яких здійснюється за допомогою інформаційних технологій – це:

- а) краудсорсинг;
- б) суботник;
- в) мейлінг;
- г) інстаграминг.

8. Процес колективної співпраці людей (донорів), які добровільно об'єднують свої кошти або інші ресурси разом, щоб підтримати зусилля або надати допомогу у вирішенні певної суспільної проблеми інших людей або організацій (реципієнтів), що здійснюється, як правило, через Інтернет – це:

- а) краудфандинг;
- а) краудсорсинг;
- в) мейлінг;
- г) інстаграминг.

9. Перша краудфандингова платформа в Україні з'явилась у:

- а) 2013 році
- б) 2020 році;
- в) 1990 році;
- г) 1991 році.

10. Виберіть із переліку правильне твердження:

- а) на відміну від PR-кампанії, результати фандрайзингу вимірюються конкретними цифровими показниками;
- б) об'єктом фандрайзингу і PR-кампанії є конкретні особи, організації та фонди, а не групи громадськості;
- в) і фандрайзингова кампанія, і PR-кампанія завжди мають масовий характер;
- г) всі твердження вірні.

### ТЕМА 3. ФАНДРАЙЗИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ФОРМИ ЇЇ ПІДТРИМКИ

1. Основними законодавчими актами у сфері фандрайзингу в Україні можна вважати:

- а) закони України «Про благодійну діяльність та благодійні організації», «Про громадські об'єднання», «Про гуманітарну допомогу»;
- б) закони України «Про акціонерні товариства», «Про добровільне об'єднання територіальних громад»;
- в) немає правильної відповіді;
- г) усі відповіді правильні

2. Основними джерелами фінансування фандрайзингової діяльності є:

- а) благодійні пожертвування, вкладення донорів, доходи від членських внесків;
- б) гранти, доходи від комерційної діяльності, цільові податки;
- в) поточні видатки бюджетних установ, соціальні трансферти;
- г) усі відповіді правильні

3. Сума коштів або вартість іншого майна, призначених для інвестування або капіталізації на визначений термін, та пасивні доходи від такого інвестування або капіталізації, призначені для використання у благодійній діяльності в порядку, визначеному благодійниками або уповноваженими ними особами – це:

- а) ендавмент;
- б) аутсорсинг;
- в) компаундинг;
- г) філантропія.

4. Закон України «Про благодійну діяльність та благодійні організації» визначає:

- а) загальні засади благодійної діяльності в Україні, забезпечує правове регулювання відносин у суспільстві, спрямованих на розвиток благодійної діяльності, утвердження гуманізму і милосердя, забезпечує сприятливі умови для утворення і діяльності благодійних організацій;
- б) визначає правові, організаційні, соціальні засади отримання, надання, оформлення, розподілу і контролю за цільовим використанням гуманітарної допомоги та сприяє гласності і прозорості цього процесу;
- в) визначає правові та організаційні засади реалізації права на свободу об'єднання, гарантованого Конституцією та міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, порядок утворення, реєстрації, діяльності та припинення громадських об'єднань;
- г) порядок оподаткування організацій, які надають або отримують благодійну допомогу, визначають об'єкти, базу та ставки оподаткування, перелік неоподатковуваних та звільнених від оподаткування операцій, особливості оподаткування благодійної допомоги тощо.

5. Закон України «Про гуманітарну допомогу» визначає:

- а) визначає правові, організаційні, соціальні засади отримання, надання, оформлення, розподілу і контролю за цільовим використанням гуманітарної допомоги та сприяє гласності і прозорості цього процесу;
- б) загальні засади благодійної діяльності в Україні, забезпечує правове регулювання відносин у суспільстві, спрямованих на розвиток благодійної діяльності, утвердження гуманізму і милосердя, забезпечує сприятливі умови для утворення і діяльності благодійних організацій;
- в) визначає правові та організаційні засади реалізації права на свободу об'єднання, гарантованого Конституцією та міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, порядок утворення, реєстрації, діяльності та припинення громадських об'єднань;

г) порядок оподаткування організацій, які надають або отримують благодійну допомогу, визначають об'єкти, базу та ставки оподаткування, перелік неоподатковуваних та звільнених від оподаткування операцій, особливості оподаткування благодійної допомоги тощо.

6. Суб'єкти господарювання найчастіше використовують такі форми надання ресурсів, як:

- а) спонсорські внески в обмін на популяризацію, соціальне спонсорство, соціальний маркетинг, роялті;
- б) членські внески, волонтерство, заповіти;
- в) нічого із переліченого;
- г) усе перелічене.

7. Залучення додаткових ресурсів некомерційних організацій в рамках самофінансування передбачає:

- а) мобілізацію членських внесків, надання платних послуг, виконання договірних робіт;
- б) участь у державних цільових програмах, залучення грантів, пошук спонсора;
- в) нічого із переліченого;
- г) усе перелічене.

8. Право на обмежене платне або безоплатне користування земельною ділянкою чи іншим нерухомим майном, яке власник земельної ділянки чи іншого нерухомого майна передає на користь благодійних організацій або інших бенефіціарів за умови їх використання для цілей благодійної діяльності – це:

- а) благодійний сервітут;
- б) благодійний поліс;
- в) благодійний ендавмент;
- г) благодійний краудсорсинг.

9. Найпоширенішими формами благодійництва є:

- а) проведення благодійних заходів та акцій по збору коштів;
- б) пожертвування та вкладення спонсорів меценатство та спонсорство;
- в) створення малих підприємств, кооперативів, акціонерних товариств з метою доходів від власної комерційної діяльності та участь у державних та регіональних цільових програмах;
- г) вірна відповідь відсутня.

10. До інструментів фандрайзингу не належать:

- а) жебрацтво;
- б) встановлення вуличних скриньок/скарбничок для пожертв у торговельних закладах та інших громадських місцях;
- в) розповсюдження сувенірів, значків, декоративних виробів з певною символікою;
- г) усі відповіді вірні.

#### **ТЕМА 4. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ФАНДРАЙЗИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

1. Вкажіть, що із переліченого не належить до критеріїв вибору ефективних програм:

- а) назва програми та її гасло;
- б) вартість запланованих заходів за проектом;
- в) аналіз інформації щодо вартості та ризику негативних наслідків невиконання проекту, аналіз кожної з альтернатив вирішення проблеми;
- г) ретельний аналіз проблемних питань;



2. Зовнішнє середовище реалізації проекту, яке підлягає оцінюванню в процесі його розробки, включає такі компоненти:

- а) населення, інфраструктура, матеріальні ресурси громади;
- б) рівень розвитку місцевої економіки, потреби та вподобання мешканців громади;
- в) нічого із переліченого;
- г) все перелічене.

3. Методи, які використовують для визначення потреб при плануванні фандрайзингу – це:

- а) опитування, фокус-групи, спостереження;
- б) робота з документами, інтерв'ю, імітація виборів;
- в) загальні збори мешканців, аналіз соціальних мереж, розміщення оголошень;
- г) все перелічене.

4. Форма опитування, під час якого респондент в усній формі відповідає на запитання особи, яка проводить опитування та фіксує відповіді має назву:

- а) інтерв'ю;
- б) анкетування;
- в) мозковий штурм;
- г) фокусування.

5. Яку кількість представників цільового групи зазвичай передбачає організація фокус-групи:

- а) від 6 до 12 осіб;
- б) не більше 5 осіб;
- в) не менше 20 осіб;
- г) не менше 1 особи на 10 тисяч населення громади

6. Які дії необхідно обов'язково здійснити після отримання інформації про надання гранту на виконання проекту:

- а) підготувати коротку версію проекту, яка є додатком до угоди про грант;
- б) скласти розпорядок виплат за грантом;
- в) відвідати спеціальний семінар з управління грантом;
- г) все вищезазначене.

7. До різновидів визнання донора належать:

- а) адекватне, благодійне, гнучке;
- б) витримане у визначених рамках, адекватне, волонтерське;
- в) адекватне, витримане у визначених рамках, віртуальне, не лімітоване;
- г) волонтерське, благодійне, гнучке.

8. Метод моніторингу, при якому експерт упродовж певного часу спостерігає за процесом впровадження проекту, не контактуючи з його учасниками, нотує у довільній формі факти і явища, які спостерігав, і в описовому вигляді викладає свої враження стосовно побаченого має назву:

- а) неформалізоване спостереження;
- б) структуроване спостереження;
- в) імітаційне спостереження;
- г) гнучкий моніторинг.

9. Добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища – це:

- а) корпоративна соціальна відповідальність;
- б) соціальна філантропія;
- в) ендавмент;
- г) краудсорсинг.

10. При проведенні фандрайзингової діяльності важливо застосовувати менеджмент, орієнтований на:

- а) результат;
- б) прибуток;
- в) персонал;
- г) рентабельність.

## **ТЕМА 5. ФОНДИ ТА ГРАНТИ**

1. В законі України «Про благодійну діяльність та благодійні організації» зазначено, що «благодійні організації можуть утворюватися в таких організаційно-правових формах:

- а) некомерційне підприємство
- б) благодійний фонд
- в) політична організація
- г) всі відповіді вірні

2. Вкажіть, що із переліченого не належить до сфер благодійної діяльності:

- а) запобігання природним і техногенним катастрофам та ліквідація їх наслідків;
- б) формування доходів державного бюджету;
- в) розвиток територіальних громад;
- г) права людини і громадянина та основоположні свободи;

3. Згідно Закону України «Про благодійну діяльність та благодійні організації» безоплатна передача благодійником коштів, іншого майна, майнових прав у власність бенефіціарів для досягнення певних, наперед обумовлених цілей благодійної діяльності – це:

- а) благодійна пожертва;
- б) соціальний внесок;
- в) соціальний трансферт;
- г) пайовий грант

4. Грантова програма, коли до участі допускаються тільки неприбуткові установи, які відповідають особливим умовам має назву:

- а) закрита;
- б) нішева;
- в) разова;
- г) програмно-орієнтована

5. Грантові програми бувають:

- а) разові
- б) циклічні
- в) постійні
- г) всі відповіді вірні

6. Основними формами фінансування, які надають благодійні фонди є:

- а) грант, безвідсоткова фінансова допомога, оплата наданих послуг;

- б) грант, регресна виплата, дотація
- в) грант, субвенція, фінансова допомога з пільговим відсотком, регресна виплата
- г) пільговий кредит, грант, дотація, інвестиція

7. Міні-заявка обсягом 2-3 сторінки, яка містить інформацію про необхідну суму коштів, організацію-заявника, короткий опис проекту, який претендує на фінансування, бюджет проекту – це:

- а) лист-запит;
- б) реферат проекту;
- в) лист-програма;
- г) експрес-звернення.

8. Форма благодійної допомоги, яка вимагає від одержувача обов'язкового залучення додаткових джерел фінансування має назву:

- а) підтримуючий грант;
- б) початковий грант;
- в) грант з частковим фінансуванням;
- г) прогресивний грант.

9. Фандрайзинговий фонд – це:

- а) організація, основною метою діяльності яких є пошук фінансування для реалізації грантових чи власних програм;
- б) частина чистого прибутку підприємства, яка спрямовується ним на фінансування соціальних проектів;
- в) відокремлена частина державного бюджету, яка спрямовується на виконання цільової програми фінансової підтримки благодійних організацій;
- г) організація, яка забезпечує нарощування фінансових ресурсів благодійного фонду за рахунок інвестування благодійних внесків у фінансові активи

10. Благодійна допомога, яку надають на підтримання основної діяльності неприбуткової організації, забезпечення її фінансової стабільності й розвитку має назву:

- а) грант загальної підтримки;
- б) початковий грант;
- в) капітальний грант;
- г) корпоративний грант.

## **ТЕМА 6. ВИБІР СТРАТЕГІЇ ФАНДРАЙЗИНГУ ТА ЗВЕРНЕННЯ**

1. Метод прогнозування, який базується на встановленні послідовності станів об'єкта прогнозування за різних прогнозів зміни фону, у якому об'єкт перебуває має назву:

- а) метод побудови сценарію;
- б) метод великих чисел;
- в) програмно-цільовий метод;
- г) стаціонарний метод/

2. Метод, який при розробці стратегії фандрайзингу дає можливість виявити слабкі та сильні сторони організації (проекту), загрози та можливості має назву:

- а) SWOT-аналіз;
- б) дисперсний аналіз;
- в) аналіз середніх квадратів;
- г) метод «pros-cons».

3. Вихідним етапом підготовки сценарію реалізації проекту є:

- а) вироблення уявлення про систему, у якій заплановано реалізувати проект (цілі, середовище, ресурси та ін.);
- б) вибір типу сценарію та методології його розробки;
- в) накопичення необхідної інформації для визначення стратегічних проблем;
- г) розробка базових посилань та критеріїв.

4. Повний набір юридичних, творчих, програмних, фінансових та супровідних документів, який мотивує донора до співпраці та участі у реалізації проекту – це:

- а) спонсорський пакет;
- б) ендавмент;
- в) аплікація;
- г) донорське досье

5. Стислий опис проекту обсягом до однієї сторінки тексту, який повторює усі частини повної заявки проекту – це:

- а) вступ;
- б) супровідний лист;
- в) резюме;
- г) анотація.

6. Лист-запит надсилають:

- а) донору з метою пояснення вибору фонду, аргументації необхідності реалізації проекту, відповідності його вимогам та меті програми та з'ясування зацікавленості донора в участі у реалізації проекту;
- б) органам державної влади для з'ясування, чи відсутні правові чи організаційні перешкоди для реалізації проекту;
- в) органам податкової служби для з'ясування, чи є організація-донор офіційно зареєстрованим платником податків та чи має достатньо фінансових ресурсів для фінансування проекту;
- г) до Державного реєстру неприбуткових організацій для внесення проекту, що буде реалізовуватись за кошти донора до Єдиного реєстру благодійних проектів

7. Найбільшу частину листа-запиту займає:

- а) опис проекту;
- б) постановка проблеми;
- в) інформація про організацію-виконавця;
- г) опис подяки донору.

8. Що виступає візитною карткою проекту:

- а) титульний лист;
- б) анотація;
- в) презентація;
- г) місія проекту.

9. Супровідна документація до заявки проекту об'єднує:

- а) резюме, супровідний лист, листи підтримки
- б) анотацію, інформацію про доходи організації-заявника, опис попереднього досвіду;
- в) супровідний лист, листи підтримки, відео-презентацію проекту, розрахунок бюджету;
- г) характеристику ризиків проекту, розрахунок бюджету, перелік бенефіціарів

10. Документ, підготовлений сторонніми організаціями, який покликаний продемонструвати донору здатність організації-заявника реалізувати проект (виконати критерії) – це:

- а) лист підтримки;
- б) похвальний лист;
- в) резюме;
- г) рекомендація.

## **ТЕМА 7. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ У РАМКАХ ФАНДРАЙЗИНГУ**

1. Набір конкретних дій, які проводяться протягом відведеного часу, що має привести до досягнення заздалегідь визначених результатів або продуктів, спрямованих на вирішення конкретної суспільної проблеми – це:

- а) проект;
- б) бюджет;
- в) силабус;
- г) шорт-лист.

2. Ключова відмінність програми від проекту в тому, що програма:

- а) орієнтується на досягнення певної великомасштабної цілі, яка має міжвідомчий або міжгалузевий характер;
- б) програма потребує більшого обсягу фінансування;
- в) програма не може передбачати єдиного виконавця;
- г) програма не може передбачати співфінансування кількома донорськими структурами.

3. В чому полягає особливість проектів у публічній сфері?

- а) вони передбачають розв'язання суспільних проблем, які формалізовані (описані) у державних та регіональних програмах, концепціях або стратегіях у формі стратегічних пріоритетів чи завдань;
- б) вони передбачають обов'язкове співфінансування з державного чи місцевих бюджетів;
- в) вони передбачають обов'язкове погодження з фіскальними органами та внесення до Єдиного реєстру публічних проектів;
- г) вони передбачають спрямування не менш, як половини коштів на оплату праці та соціальні внески.

4. За характером предметної галузі проекти поділяють на:

- а) науково-дослідницькі, бізнес-проекти, проекти у публічній сфері
- б) прибуткові, благодійні
- в) відкриті, закриті
- г) індивідуальні, корпоративні, ендавмент-проекти

5. Проекти, головною метою яких є створення чи реновація основних фондів, що вимагає інвестицій мають назву:

- а) тверді;
- б) реноваційні;
- в) активні;
- г) фондові.

6. Модель, яка відображає хід виконання проекту в часі, визначаючи його фази та їх характеристики від початку проекту до його завершення – це:

- а) життєвий цикл проекту;

- б) хронометраж проекту;
- в) біографія проекту;
- г) архітектура проекту.

7. Первинною фазою життєвого циклу проекту є:

- а) ініціювання проекту;
- б) проведення переговорів з донором;
- в) експертиза проекту;
- г) оцінювання середовища проекту.

8. Вкажіть, для яких цілей не використовують план проекту:

- а) внесення проекту до Єдиного реєстру проектів у публічному секторі;
- б) регламентування взаємодії учасників проекту;
- в) управління втіленням проекту;
- г) створення бази для оцінювання й контролю за процесом виконання проекту.

9. Фаза життєвого циклу проекту, яка передбачає оцінювання необхідних матеріальних та фінансових ресурсів для його втілення має назву:

- а) ресурсне забезпечення;
- б) фондування;
- в) фандрайзинг;
- г) краудфандинг.

10. Процес безперервної взаємодії усіх учасників (партнерів) проекту від його початку до завершення, а з деякими із партнерів і після реалізації проекту – це:

- а) територіальне співробітництво;
- б) корпоратизація;
- в) фондування;
- г) аутсорсинг

## **ТЕМА 8. СКЛАДАННЯ БЮДЖЕТУ ПРОЕКТУ ТА ПІДГОТОВКА ПРОЕКТНОЇ ЗАЯВКИ. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ**

1. Формулювання проблем та потреб у вигляді твердження загального типу про бажаний стан об'єкта, якого необхідно досягти як кінцевий результат реалізації проекту – це:

- а) мета проекту;
- б) клопотання проекту;
- в) резюме проекту;
- г) код проекту.

2. Мета проекту за обсягом має становити:

- а) не більше одного-двох речень;
- б) не більше одного-двох абзаців;
- в) до однієї сторінки;
- г) не більше п'яти слів.

3. Вкажіть, на які за питання не має відповідати мета проекту:

- а) розмір організації, яка реалізує проект;
- б) відповідність мети та засобів її досягнення;
- в) логічний зв'язок між метою та етапами її реалізації;

г) реальність мети та її відповідність потенціалу організації-виконавця.

4. Вкажіть, що не належить до вимог при формулюванні завдань проекту:

- а) використання фахової термінології;
- б) відповідність проекту потребам громади;
- в) вагомість завдань, уникнення дріб'язковості;
- г) чіткість викладення.

5. При плануванні фандрайзингової кампанії важливо до римуватись логічного ланцюга:

- а) проблема – мета – завдання – метод;
- б) організація – звернення – кошти – проект;
- в) бажання – потреби – проблема – проект;
- г) проблема – ініціювання – звернення – кошти.

6. Зазвичай, бюджет проекту складається з таких розділів:

- а) «оплата праці або індивідуальна фінансова підтримка»; «основні прямі витрати»; «непрямі витрати»;
- б) «основні прямі витрати»; «основні непрямі витрати»; «загальновиробничі витрати»;
- в) «оплата праці або індивідуальна фінансова підтримка»; «основні прямі витрати»; «загальновиробничі витрати»;
- г) «пряма заробітна плата», «загальновиробничі витрати», «інші прямі витрати».

7. Заключним етапом планування фандрайзингової діяльності є:

- а) оцінювання результатів та моніторинг проекту;
- б) складання бюджету та розрахунку показників ефективності виконання бюджету;
- в) оцінювання якості складання проекту;
- г) формулювання висновків та пропозицій до проекту.

8. Вкажіть, у якому часовому періоді розробляють розділ «Бюджет»:

- а) під час написання проекту;
- б) до початку написання проекту;
- в) після написання проекту;
- г) розділ «Бюджет» можна складати будь-коли, а окремих випадках взагалі не розробляти.

9. Звітність про виконання проекту об'єднує:

- а) аналітичну частину та фінансовий звіт;
- б) експертну довідку про проміжні результати та остаточний звіт;
- в) поточний бюджет та капітальний бюджет;
- г) резюме, бухгалтерські розрахунки та резолюцію.

10. Інструментом оцінювання ефективності реалізації проекту є:

- а) краудсорсинг;
- б) ендавмент;
- в) моніторинг;
- г) таргетинг.

## ТЕМА 9. ФАНДРАЙЗИНГ ЯК МЕТОД МОБІЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

1. Основною умовою відбору для фінансування за рахунок коштів ДФРР проектів, які передбачають будівництво, є:
  - а) наявність затвердженої проектної документації;
  - б) обсяг понад 10 млн грн;
  - в) співфінансування з місцевого бюджету на рівні 30%;
  - г) наявність не менше трьох листів підтримки з боку закладів соціальної сфери.
  
2. Термін, у який Мінрегіон має надати зауваження для усунення виявлених недоліків проекту, поданого на фінансування за рахунок ДФРР:
  - а) 30 днів;
  - б) 5 днів;
  - в) 15 днів;
  - г) до визначеного проектом часу початку реалізації.
  
3. За якою системою відбувається оцінювання проектів, поданих на фінансування за рахунок ДФРР:
  - а) бальною;
  - в) порівняльною;
  - в) процентною;
  - г) шляхом проведення соціологічного дослідження;
  
4. Розгляд та погодження проектних заявок на отримання фінансування з ДФРР здійснює:
  - а) спеціалізована комісія при Мінрегіон;
  - б) Кабінет міністрів України;
  - в) обласні державні адміністрації;
  - г) Правління ДФРР.
  
5. Вкажіть, за яким із критеріїв не оцінюються проекти, подані на фінансування з ДФРР:
  - а) рівень прогнозованої рентабельності проекту;
  - б) конкретність результатів проекту;
  - в) обґрунтованість вартості проекту;
  - г) інноваційність підходу до вирішення проблеми та інноваційний потенціал проекту.
  
6. Оцінювання проектів розвитку передбачає визначення сталості його результатів у таких ракурсах:
  - а) фінансова, інституційна, політична сталість;
  - б) економічна, політична, соціальна сталість;
  - в) довгострокова фінансова незалежність, інклюзивність, інноваційність;
  - г) рівень охоплення проектом, фінансова сталість, інклюзивність.
  
7. При визначенні розміру субвенції на підтримку розвитку об'єднаних територіальних громад враховують такі чинники:
  - а) кількість сільського населення та площу громади;
  - б) кількість дітей шкільного віку та осіб, які втратили працездатність;
  - в) наявність у територіальній громаді статусу гірської території;
  - г) чисельність населення та обсяг власних доходів місцевого бюджету.



8. До умов надання субвенції на підтримання розвитку об'єднаних територіальних громад не належать:

- а) власні доходи об'єднаної територіальної громади в розрахунку на одного мешканця нижчі, ніж 80% від середнього значення цього показника по Україні;
- б) спрямування субвенції на фінансування проектів згідно з планом соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади, календарний план реалізації яких становить не більш як три роки;
- в) погодження поданого виконавчими комітетами рад об'єднаних територіальних громад переліку проектів спеціально утвореною для їх розгляду при Мінрегіоні комісією;
- г) врахування потреб осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення під час розроблення проектної документації.

9. Частка представників органів місцевого самоврядування, територіальних органів, центральних органів виконавчої влади, громадських об'єднань у складі регіональної комісії, яка здійснює оцінювання проектів для їх фінансування з ДФРР має становити:

- а) не менше 1/3 загальної кількості;
- б) не більше 10% від загальної кількості;
- в) половину складу регіональної комісії;
- г) представники цих структур не можуть бути членами регіональної комісії.

10. Одним із критеріїв попереднього конкурсного відбору інвестиційних програм і проектів для їх фінансування з ДФРР є їх співфінансування з місцевих бюджетів на рівні:

- а) не менше 10% від вартості проекту;
- б) не менше 50% від вартості проектно-кошторисної документації;
- в) не менше половини вартості проекту;
- г) не менше 1/3 від вартості проекту.

## **ТЕМА 10. ОСОБЛИВОСТІ ФАНДРАЙЗИНГУ У ГАЛУЗЯХ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ**

1. До ключових ознак соціального підприємництва належать:

- а) чітка та зрозуміла соціальна місія діяльності, яка передбачає створення певної соціальної цінності; інноваційний підхід до вирішення соціальної проблеми чи реалізації соціальної місії;
- б) використання бізнес-методів управління, застосування підприємницьких навиків для отримання прибутку; високий рівень відкритості і відповідальності за результати діяльності перед суспільством;
- в) усе перелічене
- г) нічого із переліченого

2. Суб'єкт господарювання, для якого соціальний ефект є прямим цілеспрямованим результатом, а не побічним продуктом діяльності – це:

- а) соціальне підприємство;
- б) благодійне підприємство;
- в) філантропічне підприємство;
- г) публічне підприємство.

3. Організація управління великими ендавмент-фондами у закладах вищої освіти передбачає:

- а) створення власних органів з управління активами фонду;
- б) покладання відповідальності за управління активами на професійну кампанію на умовах угоди;
- в) укладання угоди про управління активами фонду з державним регулятором фінансового ринку;
- г) реструктуризацію активів та передачу в довірче управління тільки пасивних доходів фонду.

4. Особливістю використання цільового капіталу (тіла) ендавмент-фонду є те, що:

- а) він є недоторканим, його зменшення заборонене;
- б) кошти цільового капіталу можуть використовуватись тільки на капітальні видатки;
- в) кошти цільового капіталу можуть бути інвестовані тільки у банківські депозити;
- г) цільовий капітал може спрямовуватись тільки на покриття витрат з оплати праці.

5. Діяльність, базована на угоді між сторонами – організаторами соціального проекту, з одного боку, та комерційною структурою, з іншого боку, що передбачає фінансову чи матеріальну допомогу комерційної структури в обмін за зустрічну послугу нематеріального характеру – це:

- а) спонсорство;
- б) філантропія;
- в) альтруїзм;
- г) соціальне підприємництво.

6. Різновид спонсорства, який передбачає надання стабільної довгострокової організаційної та фінансової підтримки комерційною структурою закладу соціальної сфери має назву:

- а) патронаж;
- б) опікунство;
- в) соціальний ендавмент;
- г) немає правильної відповіді.

7. Основними завданнями структурного підрозділу з фандрайзингу в закладах вищої освіти є:

- а) залучення і акумулювання позабюджетних джерел фінансування, необхідних для реалізації наукових проектів і програм;
- б) зміцнення і розвиток академічного, підприємницького і творчого потенціалів випускників, встановлення довготривалих і взаємовигідних партнерських відносин з підприємствами і організаціями реального сектора економіки;
- в) обґрунтування потреб закладу вищої освіти відповідно до інтересів потенційних партнерів і рівнем їх залучення до досліджуваної тематики;
- г) усе перелічене.

8. Найбільшого поширення ендавмент фонди у закладах вищої освіти отримали у:

- а) США;
- б) Франції;
- в) Бразилії;
- г) Німеччині.

9. Основними джерелами доходів ендавмент-фондів у зарубіжній практиці є:

- а) благодійні внески випускників та пасивні доходи від інвестування активів;
- б) міжнародна технічна допомога, пасивні доходи від інвестування активів;
- в) благодійні внески випускників, цільові трансферти з бюджету;
- г) цільові ендавмент-податки, доходи від реалізації наукової продукції.

10. До основних моделей соціального підприємництва зараховують:

- а) моделі підтримки підприємців, працевлаштування, фінансування послуг, посередника на ринку;
- б) моделі визнання, працевлаштування, соціальної філантропії, посередництва;
- в) донорська, благодійницька, спонсорська моделі;
- г) усі відповіді правильні

## СИТУАЦІЙНІ ВПРАВИ З ДИСЦИПЛІНИ

### Ситуаційна вправа 1 «Оцінювання потреб»

**Завдання:** після закінчення вправи учасники зможуть пояснити, чому оцінка потреб є важливою частиною проекту.

#### Роздатковий матеріал:

Приклади невдалої оцінки потреб. Викладач пояснює, чому оцінка потреб є важливою частиною проекту. Загальна дискусія, відкриті і закриті питання.

**Крок 1.** Викладач просить студентів навести приклади будь-яких невдалих проектів, про які вони знають. Наприклад, державні проекти або проекти міжнародних організацій, які були не успішними. Студенти міркують над причинами неуспішності цих проектів. Відповіді фіксуються на фліпі; як тільки причиною буде названа неправильне оцінювання потреб, переходимо до наступного кроку.

**Крок 2.** Студенти намагаються дати відповіді на запитання:

Що допомагає з'ясувати процес вивчення потреб?

Що дозволяє зробити оцінка потреб?

Для чого ми проводимо оцінку потреб?

Дискусія в малих групах.

**Крок 3.** Роздати роздатковий матеріал і задати завдання учасникам визначити причини невдач проектів, описаних в роздаткових матеріалах. Обговорення того, чи доводять приклади невдалих проектів необхідність проведення оцінки потреби, якщо так, то як? Презентація та обговорення.

**Крок 4.** Разом з студентами робимо висновки про важливість правильної оцінки потреб. Висновок (15 хв.).

Один із студентів коротко презентує підсумки виконання вправи.

### Ситуаційна вправа 2 «Цілі та завдання проекту»

**Завдання:** після закінчення вправи учасники зможуть:

- Написати мету і завдання свого проекту відповідно до критеріїв SMART.
- Скласти робочий план свого проекту.

#### Роздатковий матеріал:

Завдання проекту. Підготувати мети і завдання свого проекту відповідно до критеріїв SMART. Відкриті та закриті питання, загальна дискусія.

**Крок 1.** Загальне обговорення питань:

Що таке мета? Результат, до якого прагнеш для вирішення проблеми.

Що таке завдання? Дії по досягненню мети, розділені на етапи по досягненню мети.

**Крок 2.** Даємо завдання кожному учаснику графічно зобразити співвідношення понять «Мета» і «завдання». Учасники ситуаційної вправи презентують свої напрацювання із загальним обговоренням.

**Крок 3.** Обговорення конкретної проблеми, визначення, яка може бути мета і завдання Проекту з її вирішення. Разом з учасниками на цьому прикладі визначаємо різницю між метою та завданнями.

**Крок 4.** Розкриваємо суть аббревіатури «SMART» та критеріїв формулювання мети проекту.

Specific – конкретність

Measurable – вимірність

Area- specific – територіальність

Realistic – реалістичність

Time-bound – визначеність у часі.

Наводимо приклади завдань, застосувавши критерії SMART. Використовуємо роздатковий матеріал.

### Робота у групах.

**Крок 5.** Розбиваємо аудиторію на групи. Кожна група формулює мету і завдання свого проекту відповідно до критеріїв SMART. Підкреслюємо необхідність використання дієслів активної дії, тільки доконаного виду. Робимо висновки, чому SMART є корисним інструментом при написанні цілей і завдань

**Крок 6.** Складання плану конкретних заходів за зразком (на конкретному прикладі):

Заходи	Терміни	Виконавець
--------	---------	------------

**Крок 7.** Кожна із груп презентує результати своєї роботи. Після кожної презентації проведення розбору та обговорення робочого плану.

### Ситуаційна вправа 3

#### «Пошук донорів»

**Завдання:** після закінчення вправи учасники зможуть провести роботу з пошуку донорів з різних джерел.

**Крок 1.** Обговорення теми: Яким чином можна знайти донора? Які існують способи знаходження донорів?

Пряме звернення; банки даних НУО, фондів; списки великих компаній на конкретній території; посольства; особисті зв'язки; звернення до посередників; пошук і обробка інформації; робота із засобами масової інформації; фермери.

### Робота у групах

**Крок 2.** Розділюємо учасників на групи і даємо завдання:

Завдання:

Переглянути газети і знайти реальних спонсорів.

Питання: Скільки можливостей Ви знайшли? На яку суму можна подати заявку? На які напрямки діяльності даються кошти і ким? Скільки часу в середньому потрібно на "розкрутку" знайдених джерел?

**Крок 3.** Кожна із груп презентує свої напрацювання, давши можливість іншим після кожної презентації задати питання і прокоментувати напрацювання.

Загальна дискусія.

**Крок 4.** Підсумки ситуаційної вправи. Корисність вправи та висновки з її проведення. Відкривши газету, можна знайти потенційних донорів з найменшими витратами. При пошуку спонсорів або донорів потрібно виходити з реальних можливостей.

### **Ситуаційна вправа 4 «Складання бюджету проекту»**

**Завдання:** Після закінчення завдання учасники зможуть:

- Оцінити всі ресурси, необхідні для здійснення проекту.
- Підготувати бюджет, що включає всі статті витрат і джерела фінансування.

**Роздатковий матеріал:**

8.1. Керівництво зі складанням бюджету.

8.2. Бюджетні категорії

8.3. Вправа на складання бюджету.

8.4. Робочий семінар з підготовки менеджерів.

**Крок 1.** Розділюємо учасників вправи на кілька груп і задаємо завдання: поміркувати та описати перелік ресурсів, які формують собівартість проведення одного заняття з дисципліни. Кожна із команд презентує свої напрацювання.

**Крок 2.** Загальне обговорення: Чи всі необхідні ресурси були враховані? Якщо ні, то до чого може привести?

**Крок 3.** У сформованих групах даємо завдання написати перелік ресурсів, які необхідні для вирішення певної важливої для сучасної молоді проблеми. Перелік необхідно сформулювати у відповідності до вимог підготовки бюджету проекту.

**Крок 4.** На підставі сформованого переліку ресурсів даємо завдання розрахувати конкретні суми витрат у розрізі статей бюджету проекту.

Кілька представників з групи презентують свої напрацювання із загальним обговоренням.

**Крок 5.** Разом з учасниками робимо висновки, наскільки правильне складання бюджету важливо для проекту.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Башлай С. В., Салата Г. В. Технологія фандрайзингу для стимулювання розвитку об'єднання територіальних громад. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка». Острог: Вид-во НаУОА, березень 2021. № 20(48). С. 96-101.
2. Белов О. Ендаумент як нова форма забезпечення стабільності фінансування наукових досліджень в Україні. *Вісник THEU*. 2017. № 4. С. 50-62.
3. Білявська О. Диверсифікація джерел надходжень як умова фінансової автономії закладів вищої освіти. *Науковий вісник Полісся*. 2020. № 2 (21). С. 57-66.
4. Головня О. Інноваційні технології фінансування соціального розвитку національної економіки. *Науковий вісник ІФНТУНГ. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2019. № 2 (20). С. 93-102.
5. Данилова Л. Застосування інструментів фандрайзингу для реалізації проєктів місцевого значення об'єднаних територіальних громад. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2020. Вип. 20. С. 32-37.
6. Демуз І. Фандрайзинг і грантрайтинг як особливий фінансовий механізм міжнародної підтримки наукових проєктів в Україні. *Економічний вісник університету*. 2019. № 43. С. 12-20.
7. Демченко О.П. Інструментарій фінансової підтримки територіальних громад. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/327/312>
8. Демченко О. Фінансові інструменти розвитку територіальних громад. *Економіка та суспільство*. 2021. № 27. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/414/401>
9. Дурман М. О., Дурман О. Л. Субвенція на розвиток інфраструктури об'єднаних територіальних громад як інструмент впровадження нової регіональної політики. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*. 2018. № 2. С. 37-42. URL: [http://el-zbirn-du.at.ua/2018\\_2/15.pdf](http://el-zbirn-du.at.ua/2018_2/15.pdf)
10. Єгоричева С., Соколова А. Фандрайзинг у забезпеченні діяльності університетів третього віку. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2018. № 3. С. 26-32.
11. Кобушко І., Котенко Н., Бойко К. Використання інформаційних технологій у фандрайзингу для соціальних проєктів та стартапів. *Соціальна економіка*. 2017. Вип. 54 (2). С. 93-99.
12. Кобушко Я., Майборода О. Фандрайзинг як інструмент фінансування закладів вищої освіти. *Вісник СумДУ*. Серія: Економіка. 2020. № 1. С. 132-140.
13. Козак В. Фандрайзинг як інструмент розвитку територіальних громад в умовах децентралізації. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2018. Вип. 3 (38). С. 131-141.
14. Косович Б. Соціальне підприємництво в Україні: актуальні питання становлення. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 77-81.
15. Круп'як І. Й., Круп'як Л. Б. Особливості розвитку фандрайзингу в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7323>
16. Лисяк Л., Зюзін В., Петрова Я. Розширення джерел фінансування реалізації державних програм людського розвитку: залучення соціально відповідального бізнесу та використання інноваційних технологій. *Науковий вісник Полісся*. 2021. № 2 (21). С. 6-16.
17. Літкевич А. Фандрайзинг як складова частина ресурсного забезпечення конкурентоспроможності закладу загальної середньої освіти. *Педагогіка формування творчої особливості у вищій і загальноосвітній школі*. 2019. № 66. Т. 1. С. 108-112.
18. Ловінська Л. Г., Левицька С. О., Осадча О. О. Ендаумент в діяльності вітчизняних закладів вищої освіти: практика застосування та обліку. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 3(89). С. 119–128.
19. Лункіна Т., Іваненко Г. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід. *Modern Economics*. 2019. № 1 (5). С. 142-147.
20. Марущин Ю. В. Інструменти бюджетної підтримки розвитку об'єднаних територіальних громад. *Університетські наукові записки*. 2018. № 66. С. 200–210.

21. Насібова О. Діджитал-технології фінансового забезпечення соціальної сфери. *Економічний вісник університету*. 2021. Вип. 49. С. 200-208. URL: <https://economic-bulletin.com/index.php/journal/article/view/784/792>
22. Основи грантрайтингу та управління проектами в публічній сфері: метод. рек. для органів влади та недерж. орг-цій / В. В. Белявцева та ін.; за заг. ред. О. В. Кулініча. Харків: Золоті сторінки, 2017. 148 с.
23. Офіційний сайт Fundraising INFO.com. URL: <http://www.fundraisinginfo.com/>.
24. Пеліванова Н. І. Розвиток благодійності в Україні: Аналітична записка. К.: НІСД, 2019. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gromadyanske-suspilstvo/rozvitok-blagodiynosti-v-ukraini>
25. Полянська А., Запхляк І., Вербовська Л. Управління розвитком територіальних громад на засадах проектного підходу: досвід, інструменти та фінансування. *Науковий вісник ІФНТУНГ. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2021. № 1 (23). С. 75-88.
26. 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](http://surdp.eu/uploads/files/SURDP_Manuals/Project_Concept_Development_Manual_UA.pdf).
27. Тимошенко О., Буцька О. Ендавмент як джерело фінансового забезпечення вищого навчального закладу. *Ефективна економіка*. 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5965>
28. Чернявська О. В., Соколова А. М. Фандрайзинг. Навч. посіб. 2-е вид., з допрац. та допов. К.: Алерта, 2015. 272 с.
29. Шевченко Д. А. Фандрайзинг образовательной организации: Учебное пособие для обучающихся по дополнительным профессиональным программам. М.: «Дашков и К°», 2017. 335 с.
30. Borst I., Moser C., Ferguson J. From friendfunding to crowdfunding: Relevance of relationships, social media, and platform activities to crowdfunding performance. *New Media & Society*. 2017. No 1-19.
31. Breeze B. The new fundraisers: Who organises charitable giving in contemporary society? Bristol, UK: Policy Press, 2017.
32. Buys M., du Plessis P., Mestry R. The resourcefulness of school governing bodies in fundraising: Implications for the provision of quality education. *South African Journal of Education*. 2020. Vol. 40. No 4. URL: <https://www.ajol.info/index.php/saje/article/view/204970>
33. Core Principles of Fundraising for Matt Talbot Community Trust. URL: <http://www.matttalbot.org/wpcontent/uploads/2017/11/CorePrinciplesofFundraisingforMattTalbotCommunityTrust.pdf>.
34. Davis M., Cartwright L. *Financing for Society: Assessing the Suitability of Crowdfunding for the Public Sector*. Report. Leeds, UK: University of Leeds, 2019. URL: <https://eprints.whiterose.ac.uk/145481/1/Financing%20For%20Society%20-%20DAVIS%20Report%20v.final%20%28small%29.pdf>
35. Digital and Mobile Fundraising. URL: <https://knowhownonprofit.org/funding/fundraising/individual-giving/digital-fundraising>.
36. Filo K., Fechner D., Inoue Yu. Charity sport event participants and fundraising: An examination of constraints and negotiation strategies. *Sport Management Review*. 2020. Vol. 23. Issue 3. pp. 387-400.
37. Good R. M., Nelson K. L. With a little help from our friends: private fundraising and public schools in Philadelphia. *Journal of Education Policy*. 2021. Vol. 36. Issue 4. pp. 480-503
38. Hart J. Online vs. Offline Fundraising. URL: <https://www.slideshare.net/LightedCandle/online-vs-offline-fundraising>.
39. Hartmann F., Grotto G., Wang X., Lunesu M. I. Alternative Fundraising: Success Factors for Blockchain-Based vs. Conventional Crowdfunding. *2019 IEEE International Workshop on Blockchain Oriented Software Engineering (IWBOSE)*, 2019, pp. 38-43. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8666515>
40. Hommerová D., Severová L. Fundraising of Non-profit Organizations: Specifics and New Possibilities. *Journal of Social Service Research*. 2019. Vol. 45. Issue 2. pp. 181-192.

41. Hong S., Ryu J. Crowdfunding public projects: Collaborative governance for achieving citizen co-funding of public goods. *Government Information Quarterly*. 2019. Vol. 36. Issue 1. pp. 145-153. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JPBAFM-12-2019-0179/full/html>
42. Jepson T. Innovative Online Fundraising Ideas For Nonprofits & Charities. URL: <https://www.causevox.com/blog/online-fundraising-ideas-nonprofits-charities/>.
43. Kaplan A. Voluntary support of education. New York, NY: Council for Aid to Education, 2017.
44. Kim M., Mason D. P. Government funding and fundraising: an online experiment of nonprofit leader preferences and personality. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*. 2020. Vol. 32. No 4. pp. 605-622.
45. Li Yu-M., Wu J. D., Hsieh Ch. Yu., Liou J. H. A social fundraising mechanism for charity crowdfunding. *Decision Support Systems*. 2020. Vol. 129. pp. 113-170.
46. Liang X., Hong C. Social funding of higher education in Western developed countries: Experience, characteristics and trends. *International and Comparative Education [China]*, 2018. Vol. 40 (3). pp. 98-105.
47. MacQuillin I., Sargeant A. Fundraising Ethics: A Rights-Balancing Approach. *Journal of Business Ethics*. 2019. Vol. 160. pp. 239-250. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-018-3872-8>
48. Mancera R. T., Perdosa C. d H., Maldonado C. J., Sanchez P. I. Public Relations and the Fundraising professional in the Cultural Heritage Industry: a study of Spain and Mexico. *Revista internacional de relaciones publicas*. 2021. No 21. Vol. XI. pp. 27-48. URL: <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/698/407>
49. McClure K. R., Eppenstein Anderson P. N. An Uneven Playing Field: Fundraising at Regional Public Universities in the Aftermath of the Great Recession. *Philanthropy & Education*. 2020. Vol. 3. No 2. pp. 1-26
50. Nageswarakurukkal K., Gonçalves P., Moshtari M. Improving Fundraising Efficiency in Small and Medium Sized Non-profit Organizations Using Online Solutions, *Journal of Non-profit & Public Sector Marketing*. 2020. Vol. 32. Issue 3. pp. 286-311. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10495142.2019.1589627>
51. Norton M. The Worldwide Fundraiser's Handbook. London: Directory of Social Change, 2009.
52. Offline Vs Online Fundraising – Which Option Is Better? URL: <https://news.leetchi.com/offline-vs-online-fundraising-option-better/>.
53. Principles of Practice: Fundraising Standards in European Educational Institutions. URL: [http://www.case.org/Samples\\_Research\\_and\\_Tools/Principles\\_of\\_Practice/CASEEuropeFundraisingStandards.html](http://www.case.org/Samples_Research_and_Tools/Principles_of_Practice/CASEEuropeFundraisingStandards.html).
54. Rebetak F., Bartosova V. Theoretical background of fundraising for non-profit organizations. *45-th International Scientific Conference on Economic and Social Development – XIX International Social Congress (ISC 2019): Book of Proceedings*. pp. 257-265.
55. Saboury P. Strategic Fundraising for Public Goods and Services. Doctoral dissertation, Texas A&M University, 2020. URL: <https://hdl.handle.net/1969.1/192586>.
56. Sargeant A., Shang J. Fundraising Principles and Practice, 2nd edition. Wiley, New York, 2017. 712 p.
57. Schaller S., Nisbet E. Regulating private support for public goods: de-clubbing public schools. *Journal of Education Policy*. 2020. Vol. 35. Issue 3. pp. 287-314.
58. Skinner N. A. The Rise and Professionalization of the American Fundraising Model in Higher Education. *Philanthropy & Education*. 2019. Vol. 3. No 1. pp. 23-46.
59. Tooker L., Clarke C. Experiments in Relational Finance: Harnessing the Social in Everyday Debt and Credit. *Theory, Culture and Society*. 2018. Vol. 35. Issue 3. pp. 57-76.
60. Wilkinson J. What Type of Fundraising is Superior-Online or Offline? URL: <http://nonprofithub.org/fundraising/type-fundraising-superior-online-offline/>.
61. Yeomans M., Al-Ubaydli O. How does fundraising affect volunteering? Evidence from a natural field experiment. *Journal of economic psychology*. 2018. No 64. pp. 57-72.
62. Yoon E. S., Young J., Livingston E. From bake sales to million-dollar school fundraising campaigns: the new inequity. *Journal of Educational Administration and History*. 2020. Vol. 52. Issue 1. pp. 25-38.