

О. В. Благоразумова,

к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародного бізнесу, фінансів та обліку, Навчально-науковий Харківський торговельно-економічний інститут Харківської інженерно-педагогічної академії
ORCID ID: 0000-0003-0249-9856

DOI: 10.32702/2306-6806.2022.7.62

АКТУАЛЬНІСТЬ ФАНДРЕЙЗИНГУ ЯК МЕХАНІЗМУ ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТІВ І ПРОГРАМ НЕВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ

O. Blahorazumova,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Business,
Finance and Accounting, Kharkiv Institute of Trade and Economics of Ukrainian Engineering and Pedagogics Academy

RELEVANCE OF FUNDRAISING AS A MECHANISM OF FINANCING PROJECTS AND PROGRAMS
IN THE NON-PRODUCT SPHERE

У статті розглядаються актуальні питання застосування фандрейзингу як механізму фінансування розвитку невиробничої сфери, зокрема культурних проектів і програм, в умовах браку ресурсів і державних коштів. Зазначено, що українська спільнота зараз живе за законами воєнного часу. Держава спрямовує наявні ресурси на забезпечення базових, життєво важливих потреб соціуму, коштів бракує, що негативно впливає на розвиток ринку соціокультурних послуг. Розглянуто сутність фандрейзингу як механізму фінансування розвитку невиробничої сфери. Слід зауважити, що поняття фандрейзингу є багатозначним. У більш широкому сенсі під фандрейзингом розуміють процес, технології, загалом це явище зі своєю історією, дефініціями, методами дослідження, інструментарієм тощо. З іншого боку, фандрейтинг сам стає перспективним інструментом, коли ми говоримо про більш масштабні напрями розвитку соціуму, наприклад, соціально-відповідальну взаємодію суб'єктів суспільних відносин. Автор особливо виділяє такі аспекти фандрейзингової діяльності як різноманітність цільової аудиторії і творча складова професійних фандрейзирів. Наведено характеристику фандрейзирів як досвідчених спеціалістів, які розуміють природу і принципи фандрейзингу, знають про психологічні особливості цільових аудиторій, володіють методами пошуку і залучення ресурсів, сучасними комунікаційними технологіями та кож. Наведено посилання на Інтерактивну навчальну платформу FUNdraiser, де можна ознайомитися з особливостями фандрейзингової діяльності. З'ясовано, що індивід, роботодавець, держава та суспільство загалом — кожен на своєму рівні — зацікавлені у розвитку фандрейзингової діяльності, адекватної сучасним реаліям. Позначено напрям подальших досліджень щодо покращення механізму фінансування розвитку невиробничої сфери. Зроблено висновок, що особливу увагу варто приділити питанням вивчення світового досвіду застосування фандрейзингу, пошуку джерел фінансування розробок і підготовки спеціалістів цієї галузі.

The article considers the topical issues of using fundraising as a financing mechanism for the development of the non-production sphere, in particular cultural projects and programs, in conditions of a lack of resources and state funds. It is noted that the Ukrainian community now lives according to the laws of wartime. The state directs available resources to ensure the basic, vital needs of society, there is a lack of funds, which negatively affects the development of the market of socio-cultural services. The essence of fundraising as a financing mechanism for the development of the non-production sphere is considered. It should be noted that the concept of fundraising is ambiguous. In a broader sense, fundraising is understood as a process, technologies, in general, this phenomenon with its history, definitions, research methods, tools, etc. On the other hand, fundraising itself becomes a promising tool when we talk about larger directions of social development, for example, socially responsible interaction of subjects of social relations. The author especially singles out such aspects of fundraising

activities as the diversity of the target audience and the creative component of professional fundraisers. Fundraisers are characterized as experienced specialists who understand the nature and principles of fundraising, know about the psychological characteristics of target audiences, possess methods of finding and attracting resources, as well as modern communication technologies. A link is provided to the FUNdraiser Interactive Learning Platform, where you can familiarize yourself with the features of fundraising activities. It was found that the individual, the employer, the state and society in general — each at their own level — are interested in the development of fundraising activities adequate to modern realities. The direction of further research on improving the mechanism of financing the development of the non-production sphere is indicated. It was concluded that special attention should be paid to the issues of studying the global experience of using fundraising, finding sources of funding for development and training specialists in this field.

Ключові слова: актуальність фандрейзингу, умови воєнного стану, механізм фінансування проєктів і програм невинуваченої сфери, сучасні технології і інструментарій фандрейзингу, Український культурний фонд, характеристика українця-благодійника, особливості професійної підготовки фандрейзерів.

Key words: the relevance of fundraising, martial law conditions, the mechanism of financing projects and programs of the non-production sphere, modern technologies and tools of fundraising, Ukrainian Cultural Foundation, characteristics of a Ukrainian philanthropist, peculiarities of professional training of fundraisers.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Війна внесла корективи у життя кожного українця та змусила переосмислити ставлення до життєвих цінностей. Так, люди, як і раніше, повинні харчуватися, мати безпечне житло, роботу, доступ до медичних та освітніх послуг та інших базових благ. Однак звичне середовище зруйнувалося і співвітчизники опинилися в надзвичайній ситуації, коли вижити допомагають цінності вищого порядку: пошук і прийняття національної ідеї, яка об'єднує і нерозривно пов'язує з історією та культурою багатьох поколінь, усвідомлення себе як особистості і висування права на свободу бути українцем та вільно пересуватися українською землею. Виникають нові культурні проєкти, що сприяють підвищенню національної самосвідомості та зближенню народів, які поділять загальнолюдські цінності. Зменшується різниця між наявним інтелектуальним потенціалом українців та можливістю його повноцінної реалізації в готовому продукті. Проте будь-які проєкти, зокрема проєкти у невинуваченої сфері, вимагають якісного менеджменту для їхнього успішного втілення. На наш погляд, найскладнішим управлінським завданням стане пошук механізму недержавного фінансування розробок. Один із напрямів таких пошуків може бути пов'язаний із фандрейзингом.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженню проблематики фандрейзингу, його методів, інструментарію та механізмів фандрайзингової діяльності в невинуваченої сфері приділяли свою увагу такі провідні вітчизняні та зарубіжні дослідники, як: Башун О., Дуглас Александер Дж., Коллінз С., Комаровський О., Крупський Т., Куц С., Мінгазутдінов І. Овсянюк-Бердадіна О., Снігульська В., Соколова А., Соколовська В., Солосіч О., Чернявська О. Шнирков О. та ін.

В інформаційних джерелах висвітлено достатньо публікацій, пов'язаних із світовим досвідом застосування фандрейзингу для фінансування проєктів і програм в сфері культури, освіти, туризму, музейної справи тощо. Але в умовах воєнного стану, коли основні ресурси спрямовуються на підвищення обороноспроможності країни, на втілення розробок в інших галузях бракує коштів. Тому автор статті пропонує звернути увагу на використання фандрейзингу як механізму фінансування проєктів і програм невинуваченої сфери з урахуванням реалій сьогодення.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є розкриття сутності фандрейзингу як механізму фінансування розвитку невинуваченої сфери, зокрема культурних проєктів і програм, в умовах браку ресурсів і державних коштів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Англomовний економічний термін "фандрейзинг" походить від англійського fundraising (словосполучення англійських слів fund (кошти, фонди) і raising — (підвищення, поліпшення становища, надбавка до зарплати). У літературних джерелах на українській мові зустрічаються два варіанти написання, і відповідно, вимови даної категорії — "фандрайзинг" і "фандрейзинг". Отже, сутність фандрейзингу відображається в процесі збирання коштів на певні потреби, а фандрейзингова діяльність полягає в здійсненні цього процесу.

В літературі є достатньо досліджень, пов'язаних з визначенням фандрейзингу, його принципами і завданнями, методами організації пошуку ресурсів і проведення фандрейзингової діяльності тощо. Тому у даній статті автор статті хотів би звернути увагу на два ключових моменти фандрейзингу, які були притаманні йому з самого початку розвитку. Це, по-перше, гнучкість інструментарію, що використовується фандрейзерами і різноманітність джерел надходження коштів. з урахуванням навіть самих малих за розміром грошових сум. По-друге — характеристика професійних уміть і навичок, що мають бути притаманні сучасному спеціалісту, який працює в цій сфері. Чому автор звертає на це увагу? Тому, що ми говоримо про невинувачену сферу, зокрема про фінансування проєктів і програм в галузі культури. До базових потреб вони не мають прямого відношення і на державні кошти, навіть на державний фандрейзинг, упевнено розраховувати не можуть. З іншого боку, соціум має зберегти духовне здоров'я нації і таких напрацювань, безумовно, потребує. Культура — це надскладне поняття, яке можна розглядати в різних аспектах, а саме: в філософському, історичному, економічному тощо. Водночас не хотілося би, щоби новостворений бренд "Культура війни" замінив поняття організації взаємозв'язків з українцями, які знаходяться на тимчасово окупованій території.

У 2020 році було озвучено, що в культурних та креативних індустріях України задіяне понад 250 тисяч осіб. Цей рік став кризовим для культури України та водночас підштовхнув творчих діячів до виборювання прав на



Рис. 1. Наслідки війни для української культурної спільноти

Джерело: складено автором за даними [1].

продовження власної професійної діяльності. Український культурний фонд (УКФ), що об'єднав навколо себе представників культурної та креативної спільноти нашої країни, наразі вже має досвід співпраці, успішні комунікації, спільні проекти та заходи для розгортання культурного фронту у воєнні часи. Для побудови ефективної моделі взаємодії розвитку партнерських зв'язків з культурними та креативними секторами в цих надскладних умовах необхідно глибоке розуміння їх внутрішнього стану та особливостей реагування на сучасні виклики. З цією метою впродовж 31 березня — 8 квітня 2022 року за допомогою онлайн-анкетування було проведено опитування заявників, грантоотримувачів та експертів Українського культурного фонду. Серед опитаних 75 % склали заявники, грантоотримувачі та члени команд профінансованих Фондом проектів, 17 % — особи, які мають статус експертів Фонду, решту — інші зацікавлені особи. Респонденти виділили кілька можливих наслідків війни для української культурної спільноти [1]. Насамперед, це — поява альтернативних джерел фінансування культурних ініціатив (57 %) та брак державного фінансування через зміну пріоритетів розвитку держави (56 %), поява нових митців та нових мистецьких напрямів повоєнного часу (54 %). Близько 49 % респондентів зазначили як можливі наслідки втрату (відтік) робочих кадрів, спеціалістів галузі культури, митців тощо та понад 43 % зменшення кількості робочих місць через руйнування закладів культури (рисунк 1).

Ця схема на прикладі дослідження Фонду ще раз висвітлює важливість економічних питань, пов'язаних з фінансування діяльності у невиробничій сфері, зокрема в культурних та креативних індустріях.

Нестача коштів та інших ресурсів для втілення проектів і програм — це дуже поширена ситуація для невиробничої сфери. Ми вже обговорювали ситуацію з неможливістю залучення державних коштів в умовах пандемії і воєнного стану, але економічне підґрунтя для використання цього джерела за інших більш сприятливих умов є. Якщо розглядати проекти як товари певного функціонального призначення можна такі товари та послуги віднести до суспільного продукту, який спирається на "принцип виключення", але має велику соціальну значимість для розвитку соціуму. Такі товари називають "частково суспільними" товарами та послугами. Однією з найважливіших економічних властивостей таких товарів і послуг є те, що процес їх споживання приносить користь одночасно індивідуальному споживачам або групі споживачів та суспільству загалом. Таким чином, в соціально орієнтованій ринковій економіці за мірних часів держава також постає ініціатором створення зазначених благ і постачальником необхідних ресурсів для їх виробництва, а також створює правове поле для підтримки ініціатив з боку представників різних суспільних груп і професій.

Чому саме фандрейзинг? Щоби відповісти на це запитання, треба звернути увагу на передумови розвитку фандрейзингу та на його сутність [2]. Слід визначити

роль держави у наданні фандрейзинговій діяльності правового статусу. В Україні діють такі закони, як: ЗУ "Про благодійну діяльність та благодійні організації", ЗУ "Про волонтерську діяльність", ЗУ "Про громадські об'єднання", ЗУ "Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану" тощо. Крім того, влада підтримує (не забороняє) проекти, що не є державною ініціативою, а скоріше зусиллями громадян і організацій, наприклад блокчейн-спільноти. Так, проект "Культура на блокчейні: найбільша в історії NFT колекція створена ШІ на допомогу Україні" був створений штучним інтелектом (ШІ) задля збереження українського мистецтва та збору коштів для допомоги ЗСУ.

Зазначимо, що українці за період пандемії усвідомили важливість взаємної допомоги один одному. Міністерство охорони здоров'я України, що знаходилося в стані реформування і недостатнього фінансування, виявилось неспроможним швидко організувати ефективну реакцію на розповсюдження Ковід-19. Автор на собі випробував труднощі виходу із критичного стану після хвороби і довгий відновлювальний період. Але пандемія сприяла розкриттю найкращих рис українців.

Провідна міжнародна благодійна організація Charities Aid Foundation (CAF) проаналізувала стан благодійності під час пандемії COVID-19. У дослідженні "Благодійність очима українців у 2021" можна дізнатися більше про портрет благодійника в Україні. Ми стали охоче допомагати навіть незнайомцям (20,43 %), робити грошові пожертвування (21,66 %), займатися волонтерською діяльністю (44,19 %). З методикою розрахунків показників та місцем України в світовому рейтингу благодійності можна ознайомитися за посиланням [3].

24 лютого 2022 р. Президент підписав указ про запровадження воєнного стану в Україні, Верховна Рада його затвердила. За таких тяжких умов існування українці знов виявляють готовність надавати допомогу тим, хто її потребує. Отже, у нашому суспільстві сформувалися такі особистості, які є носіями вищих цінностей, що завжди було притаманно українській спільноті і проявилось в важкі часи. Такий настрій, безумовно, підтримується культурною складовою соціуму, його духовною основою.

Наразі Український культурний фонд проводить фандрейзингову кампанію та закликає українських приватних, закордонних та філантропічних партнерів долучитися до ініціативи [4]. Він пропонує:

- підтримати працівників сфери культури, які залишилися в Україні і потребують термінового забезпечення базового рівня життя та безпеки (формат — стипендії);
- підтримати культурно-мистецькі проекти, які спрямовані на популяризацію української культури за кордоном, реалізацію проектів в Україні (формат — гранти);

- підтримати українські медіа;
- підтримати діяльність УКФ, яка буде спрямована на адміністративні витрати фонду.

У дружній Польщі у межах програми Creators for Ukraine надається фінансова (грантова) підтримка організаціям, які працюють у сфері української культури. Отримати допомогу можуть:

- організації, які мають повну дієздатність відповідно до чинного польського законодавства;
- учасники організації є громадянами України;
- члени організації прибули на територію Польщі у зв'язку із військовими діями на території України після 24 лютого 2022 року;
- учасники організації є митцями чи особами, що беруть активну участь у мистецькому та культурному середовищі України.

Автор пропонує знов звернутися до визначення сутності фандрейзингу як діяльності, що спрямована на залучення і акумулювання фінансових коштів з різних джерел на реалізацію соціально-культурних проєктів і програм, зазвичай які не мають безпосередньо комерційної вигоди, і носять короткочасний характер [5]. У мінливому соціальному середовищі, в якому важливу роль відіграють економічні і виробничі відносини, фандрейзингова діяльність може поширюватися не тільки на звичні об'єкти, але й на нові, наприклад, на потреби створених громадських об'єднань.

При цьому фандрейзинг передбачає не тільки залучення фінансових коштів від цільових аудиторій на реалізацію соціально значущих проєктів, але й залучення фізичних і юридичних осіб для спільного вирішення наявних складних завдань. Враховуючи вибір українців щодо побудови соціально орієнтовної економіки, якій притаманне державне регулювання з метою оптимізації за соціальними критеріями, не випадковим є виникнення державного і муніципального фандрейзингу. Але слід пам'ятати, що основним стимулом розвитку державної і муніципальної фандрейзингової діяльності мають бути певні стимули, такі як податкові пільги, що в складні часи пандемії і агресії країна надати не може, тому що всі видатки спрямовуються на запобігання агресії та подолання її наслідків.

Чи можна назвати фандрейзинг технологією? На наш погляд, це цілком доречно. Технологія — у вузькому сенсі — спосіб перетворення ресурсів, енергії або інформації в процесі виготовлення продукції, обробки та переробки матеріалів, складання готових виробів, контролю якості, управління. Кожна технологія містить у собі способи, прийоми, режими роботи, послідовність операцій і дій та пов'язана із застосуванням певного інструментарію. В невиробничій сфері технології фандрейзингу можна умовно називати бізнес-технологіями, якщо вони описуються як сукупність методів, прийомів, інновацій, технічних і розумових рішень, які сприяють розвитку діяльності. Широке застосування смартфонів, швидке зростання аудиторій месенджерів та нові платіжні технології створюють багато можливостей для генерування доходу і задача фандрейзера виявити такі, що мають найбільший потенціал саме для його цільової аудиторії. Фандрайзинг змінюється і ці зміни пов'язані з викликами мінливого соціального оточення і сил науково-технічного середовища, що сприяють створенню нових технологій, завдяки яким виникають нові товари і маркетингові можливості.

Чи можна включити фандрейзинг до соціальних технологій, де вихідним і кінцевим результатом є людина? Такі технології є більш гнучкі за промислові: їх специфіка полягає в можливості пристосування їх до будь-яких умов, оскільки вони здатні скоригувати недоліки процесів і методик технологічного процесу. На наш погляд, так, але багатоваріантність і чутливість до зміни потреб соціуму і використання новітніх науково-технічних досягнень дозволяє фандрейзерам користуватися перевагами і уникати недоліків з обох боків.

Якщо ми говоримо про фандрейзинг, то слід зауважити таке: це поняття є багатозначним. Так, в більш широкому сенсі під фандрейзингом розуміють процес, технології, загалом це явище зі своєю історією, дефініціями, методами дослідження, інструментарієм тощо. З іншого боку, фандрейзинг сам стає перспективним інструментом, коли ми говоримо про певні напрями розвитку соціуму, наприклад, соціально-відповідальну взаємодію суб'єктів суспільних відносин.

У самому загальному сенсі фандрейзинг позначається як "мистецтво випрошування грошей", але професійний фандрейзер не буде просити ресурси (пожертви) взагалі, він буде намагатися "продати" ідею, зацікавити розробленням або підвищенням іміджу донорів за умов участі в фінансуванні. Наразі історичним прикладом можна назвати фінансування крупним меценатом одного із музеїв Бостону, якого привернула ідея покращити свій імідж таким чином. Замість великої суми грошей він отримав платинову картку почесного відвідувача усіх урочистих заходів музейного закладу і задовольнив власну потребу у самореалізації як особистості. Цей досвід згодом був поширений в діяльності інших фандрейзерів, але сенс даного прикладу зводиться до такого: людина, яка спроможна заробити великі гроші, може фінансувати певну ідею, якщо вона їй "до душі".

У своїй діяльності професійні фандрейзери користуються різноманітними інструментами, що постійно оновлюються. Вони відомі, тому ми тільки їх назовемо: донорська інституційна допомога, державне фінансування, підтримка з боку бізнесу і меценатів, фандрейзингові заходи, реклама, краудфандінг та фандрейзингові портали, соціальне підприємництво тощо [6]. У жовтні 2006 року світова спільнота фандрайзерів прийняла Декларацію етичних принципів, в якій прописані основні принципи їх діяльності. Дана декларація взята на основу при розробці кодексу професійної етики фандрайзерів України. Професійно-етичні стандарти служили базою для розроблення стандартів практики фандрейзингу в Україні. Значний внесок в таку діяльність внесла Міжнародна благодійна організація "Інститут професійного фандрайзингу" — структура, метою якої є розвиток взаємовідносин між благодійниками та організаціями громадянського суспільства на основі довіри. Організація прагне розвивати і підтримувати міжнародні стандарти фандрейзингу в Україні, стимулювати взаємозв'язок між благодійниками та організаціями з метою ствердження громадянського суспільства.

Згідно з Декларацією етичних принципів основними принципами роботи фандрейзера є: чесність, пошана, цілісність, емпатія, прозорість. При ознайомленні з описом даних принципів у розгорнутому вигляді формується уява про правила поведінки професійних фандрейзерів, що офіційно закріплено в нормативних документах.

Фандрейзери працюють в правовому полі, що обмежується такими законами України, як: "Про благодійну діяльність та благодійні організації", "Про волонтерську діяльність", "Про громадські об'єднання", "Про гуманітарну допомогу", "Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану" та ін.

Ще раз звернемося до поняття "технології" в контексті застосування фандрейзингу, де вона тлумачиться як сукупність знань про способи і засоби обробки матеріалів, мистецтво володіння процесом. Можна вразити автору, що таке визначення більше підходить до виробничої діяльності, однак у ньому є ключовий момент, що відображає сутність фандрейзингу як мистецтва володіння певним процесом. І носієм такого мистецтва, безумовно, є фахівець, який розуміє природу та принципи фандрейзингу, володіє методами пошуку та залучення ресурсів, сучасними засобами комунікації також.

"Інтерньюз-Україна", що є однією з найбільших громадських організацій, яка працює у сфері медіа та комунікацій в Україні з 1996 року, веде пошук спеціалістів з організації фандрейзерської діяльності та висуває такі вимоги до кандидатів [7]:

- відмінне володіння українською та англійською мовами;
- концептуальне мислення;
- навички структурованого викладу думок;
- стресостійкість і здатність до ефективної роботи в стислі терміни;
- досвід роботи з міжнародними донорськими організаціями (як додаткову перевагу).

При цьому обов'язки, які організація покладає на кандидата, поряд з організаторською діяльністю включають також компетенції, що пов'язані з веденням ефективних міжособистісних комунікацій. На наш погляд, саме здатність фандрейзера ефективно спілкуватися забезпечує його успішність у роботі. Дійсно, при необхідності та важливості організації професійних заходів саме спілкування з потенційними донорами, спонсорами, меценатами наближає фахівця до головної мети фандрейзингу: залучити достатньо ресурсів, зокрема фінансових. Спеціалісти вважають, що ефективний фандрейзинг досягається за такого співвідношення: 90 % ретельної підготовки до запитів щодо фінансування і 10 % власне запити, але саме ця менша частка роботи приносить бажаний результат.

Якими навичками, вміннями та якостями повинен володіти фандрейзер? Відповідь може здивувати претендентів на таку посаду: чим більше ви знаєте і вмієте та чим вища здатність фандрейзера довести до співрозмовника переваги вашого проекту і необхідність виділення коштів саме на нього, тим ефективнішою буде його діяльність. Чи повинен "збирач коштів" бути психологом? На наш вигляд, так: будь-який успішний фандрейзер вибирає певну тактику своєї поведінки, пропонує співрозмовнику не тільки поділитися обмеженими ресурсами, але й випробувати при цьому справедливе нематеріальне задоволення у вигляді усвідомлення своєї значущості, поліпшення свого іміджу та репутації.

20-ті роки ХХІ століття внесли значні зміни у діяльність фандрейзерів. Цьому сприяла диджиталізація нашого життя, зміни законодавчих актів, швидке кількісне збільшення месенджерів, поява нових платіжних технологій. Професіоналізм фандрейзера, безумовно, пов'язаний не тільки зі здатністю керувати змінами, але також з умінням вибрати правильний темп та ритм їхнього впровадження. Підходи стануть іншими, якщо фандрейзер працює з цільовою групою, яка орієнтована на виробництво матеріального продукту, або індивідуально з кожним донором для фінансування проєктів невиноробничої сфери, наприклад, створення театральної студії для розвитку дітей з обмеженими можливостями. Він може мати чіткий бізнес-план і прагнути стати першим, але для більшості з фандрейзерів, які працюють в невиноробничій сфері, немає необхідності бути занадто наполегливими — вони мають ретельно прислухатися до власної аудиторії [8].

Де можна отримати уявлення про діяльність фандрейзера та вдосконалити свої професійні навички? Українці можуть скористатись Інтерактивною навчальною платформою FUNdraiser [9]. Саме тут можна в формі гри не лише засвоїти ази фандрейзингової діяльності, але й отримати навички командної роботи та освоїти принципи стратегічного фандрейзингу. Платформою можна скористатися для самоаналізу та з'ясування: чи здатний індивід до такої роботи і чи готовий він вчитися все життя, швидко реагувати на зміни у соціально-економічному просторі та брати на себе сучасні ризики професійної діяльності.

До кого звертаються фандрейзери, тобто хто є їх цільовими аудиторіями? Під цільовою аудиторією ми розуміємо групу споживачів, ідеальних клієнтів або по-

купців, з якими спілкується фандрейзер з метою спокласти їх певним товаром чи послугою. Тобто цільовою аудиторією є кожен, хто формує попит на соціально значущі товари та послуги. Донори (об'єкти фандрейзингу) — це міжнародні організації, державні установи, комерційні структури, громадські некомерційні організації (релігійні, наукові тощо), приватні благодійні фонди або приватні особи, що надають громадянам та безприбутковим організаціям на некомерційній безповоротній основі необхідні додаткові ресурси різного виду. При цьому донори можуть бути реальними або потенціальними, тобто їх можна поділити на тих, хто вже надає ресурси, зокрема фінансові, і на тих, хто має таку можливість і бажання, але поки що допомогу не надає. Можливо це відбудеться найближчим часом. Ми лише звертаємо увагу на те, що донори різних категорій мають певні обмеження в наданні ресурсів, але незалежно від розміру їх допомога формує результат фандрейзингової діяльності. Отже, фандрейзери використовують різноманітні джерела надходження коштів, з урахуванням навіть самих малих за розміром грошових сум.

Таким чином, індивід, роботодавець, держава та суспільство загалом — кожен на своєму рівні — зацікавлені у розвитку фандрейзингової діяльності, адекватної сучасним реаліям, розглядаючи її як механізм фінансування проєктів та програм невиноробничої сфери.

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У статті було розглянуто актуальні питання застосування фандрейзингу як механізму фінансування розвитку невиноробничої сфери, зокрема культурних проєктів і програм, в умовах браку ресурсів і державних коштів. Автор зробив певні висновки, а саме:

1. Українська спільнота зараз живе за законами воєнного часу. Держава спрямовує наявні ресурси на забезпечення базових, життєво важливих потреб соціуму, коштів бракує, що негативно впливає на розвиток ринку соціокультурних послуг. Позитивним є те, що культурні і креативні індустрії зміцнюються за рахунок духовного єднання українців, звернення до історико-культурної спадщини, створення нових нематеріальних цінностей.

2. В умовах надзвичайних ситуацій, зокрема, воєнного стану, також є місце для розвитку духовного фронту. Отже, на наш погляд, доречним буде навести фразу з листа З. Фрейда до А. Енштейна "все те, що зроблено для розвитку культури, працює проти війни" [10]. Для побудови ефективної моделі взаємодії розвитку партнерських зв'язків з культурними та креативним секторами економіки в цих надскладних умовах необхідно глибоке розуміння їх внутрішнього стану та особливостей реагування на сучасні виклики.

3. Провідна міжнародна благодійна організація Charities Aid Foundation (CAF) проаналізувала стан благодійності під час пандемії COVID-19. У дослідженні "Благодійність очима українців у 2021" можна дізнатися більше про портрет благодійника в Україні [3]. Українці стали охоче допомагати навіть незнайомцям, робити грошові пожертвування, займатися волонтерською діяльністю.

4. Актуальність фандрейзингу визначається складним становищем невиноробничої сфери через пандемію і воєнний стан в Україні. Держава спрямовує ресурси на забезпечення базових, життєво важливих потреб соціуму, що негативно впливає на розвиток ринку соціокультурних послуг.

5. Слід зауважити, що поняття фандрейзингу є багатозначним. У більш широкому сенсі під фандрейзингом розуміють процес, технології, загалом це явище зі своєю історією, дефініціями, методами дослідження, інструментарієм тощо. З іншого боку, фандрейзинг сам стає перспективним інструментом, коли ми говоримо про більш масштабні напрями розвитку соціуму, напри-

лад, соціально-відповідальну взаємодію суб'єктів суспільних відносин.

6. Сучасний фандрейзинг розглядається як професійна діяльність щодо мобілізації фінансових та інших ресурсів з різноманітних джерел для реалізації соціально значущих і науково-дослідних розробок, яка вимагає спеціальних знань та навичок фандрейзера, його спроможності вплинути на прийняття позитивного рішення донора. Автор виділив такі аспекти фандрейзингової діяльності як різноманітність цільової аудиторії і творчу складову професійних фандрейзерів.

7. Носіями мистецтва володіння процесом фандрейзингу є досвідчені спеціалісти, які розуміють природу і принципи фандрейзингу, знаються на психологічних особливостях цільових аудиторій, володіють методами пошуку і залучення ресурсів, сучасними комунікаційними технологіями також.

Враховуючи вищевказане, в подальших дослідженнях щодо покращення механізму фінансування розвитку невиноробничої сфери, зокрема культурних проектів і програм, в умовах браку ресурсів і державних коштів особливу увагу варто приділити питанням вивчення світового досвіду застосування фандрейзингу, пошуку джерел фінансування розробок і підготовки спеціалістів цієї галузі.

Література:

1. Українська культура в умовах російської збройної агресії URL: https://uaculture.org/texts/ukrainska-kultura-v-umovakh-rosiiskoi-zbroinoi-ahresii/?fbclid=IwAR2irRcoYvu4jiayH4_jnhB0eSPdVpfisADZTbpzYAbURFzb8OpRsQxZzV8 (дата звернення: 12.05.2022).
2. Соколовська В. В. Сутність та перспектива розвитку в Україні фандрейзингу. Ефективна економіка. 2015. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4453> (дата звернення: 10.05.2022).
3. Світовий рейтинг благодійності у 2021 від CAF. Спеціальне видання, присвячене періоду глобальної пандемії COVID-19. URL: <https://zagoriy.foundation/publications/svitovij-rejting-blagodijnosti-u-2021-vid-caf/> (дата звернення: 16.05.2022).
4. УКФ проводить фандрейзингову кампанію для підтримки культури. URL: <https://chytomo.com/ukf-provodyt-fandrejzynhovu-kampaniiu-dlia-pidtrymky-kultury/> (дата звернення: 10.05.2022).
5. Строгаль М. О. Благодійність і фандрейзинг: зарубіжний досвід. Культура України. Серія Культурологія. 2016. Вип. 52. С. 46—56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kukl_2016_52_7 (дата звернення: 10.05.2022).
6. Фандрайзинг: як і де залучати ресурси громадським організаціям. URL: <https://www.prostir.ua/?kb=fandrajzynh-yak-i-de-zaluchaty-resursy-hromadskym-orhanizatsiyam> (дата звернення: 10.05.2022).
7. Фандрейзер. Internews Ukraine. URL: <https://internews.ua/vacancy/fundraiser> (дата звернення: 10.05.2022).
8. Як технології розвивають та змінюють фандрайзинг URL: <https://ndo.lg.ua/articles/20-yak-tekhnohohiyi-rozvyvayut-ta-zminyuyut-fandrajzynh.html/> (дата звернення: 10.05.2022).
9. Інтерактивна навчальна платформа FUNdraiser. URL: <https://fundraiser.games/> (дата звернення: 14.05.2022).
10. Цит. за: Лист З. Фрейда А. Ейнштейну / Психологічний центр "Новый взгляд". URL: <http://spb-nv.com/info/articles/perepiska-eynshteyna-i-freyda/> (дата звернення: 08.07.2022).

References:

1. Ukrainian Cultural Foundation (2022), "Ukrainian culture in the conditions of Russian armed aggression", available at: https://uaculture.org/texts/ukrainska-kultura-v-umovakh-rosiiskoi-zbroinoi-ahresii/?fbclid=IwAR2irRcoYvu4jiayH4_jnhB0eSPdVpfisADZTbpzYAbURFzb8OpRsQxZzV8 (Accessed 12 June 2022).

pfisADZTbpzYAbURFzb8OpRsQxZzV8 (Accessed 12 June 2022).

2. Sokolovs'ka, V.V. (2015), "The essence and perspective of the development of fundraising in Ukraine", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 9, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4453> (Accessed 10 July 2022).

3. Zagoriy Foundation. A special edition dedicated to the period of the global COVID-19 pandemic (2021), "World ranking of charity in 2021 by CAF", available at: <https://zagoriy.foundation/publications/svitovij-rejting-blagodijnosti-u-2021-vid-caf/> (Accessed 16 June 2022).

4. The project "Chytomo" (2022), "UKF conducts a fundraising campaign to support culture", available at: <https://chytomo.com/ukf-provodyt-fandrejzynhovu-kampaniiu-dlia-pidtrymky-kultury/> (Accessed 08 July 2022).

5. Strohal', M.O. (2016), "Charity and fundraising: foreign experience", *Kul'tura Ukrainy. Seriiia Kul'turolohiia*, [Online], vol. 52, pp. 46—56, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kukl_2016_52_7 (Accessed 08 July 2022).

6. Public space (2018), "Fundraising: how and where to attract resources to public organizations", available at: <https://www.prostir.ua/?kb=fandrajzynh-yak-i-de-zaluchaty-resursy-hromadskym-orhanizatsiyam> (Accessed 20 June 2022).

7. Internews-Ukraine (2022), "Fandrejzer. Internews Ukraine", available at: <https://internews.ua/vacancy/fundraiser> (Accessed 20 June 2022).

8. Public information platform (2022), "How technologies develop and change fundraising", available at: <https://ndo.lg.ua/articles/20-yak-tekhnohohiyi-rozvyvayut-ta-zminyuyut-fandrajzynh.html/> (Accessed 20 June 2022).

9. Interactive educational platform FUNdraiser (2022), available at: <https://fundraiser.games/> (Accessed 14 June 2022).

10. Psychological Center "New View" (2022), "Cit. for: Letter from Z. Freud to A. Einstein", available at: <http://spb-nv.com/info/articles/perepiska-eynshteyna-i-freyda/> (Accessed 8 July 2022).

Стаття надійшла до редакції 13.07.2022 р.

www.dy.nayka.com.ua

Електронне фахове видання

**ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
удосконалення та розвиток**

Виходить 12 разів на рік

**включено до переліку наукових фахових видань України
з питань ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
(Категорія «Б»)**

**Наказ Міністерства освіти і науки України
від 28.12.2019 №1643**

Спеціальність 281

**e-mail: economy_2008@ukr.net
тел.: (044) 223-26-28, (044) 458-10-73**