



ECONOMIES' HORIZONS
Економічні горизонти

DOI: doi.org/10.31499/2616-5236
Homepage: <http://eh.udpu.edu.ua>



ISSN
2522-9273
(print)
2616-5236
(online)

UDC: 338.246

DOI: [10.31499/2616-5236.1\(27\).2024.298781](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(27).2024.298781)

*Olha Lohinova, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University
Ph.D. (Economics) Associate Professor at the Department of Marketing,
Management and Business Management*

ФАНДРАЙЗИНГ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЄКТІВ FUNDRAISING OF SOCIAL PROJECTS

Анотація: У статті розглянуто фандрайзинг як ефективний засіб залучення матеріальних ресурсів у соціальні проєкти з використанням сучасних засобів зв'язку та передачі інформації в обхід традиційних форм фінансування. Фандрайзинг дає можливість реалізувати глобальні проєкти у різних сферах розвитку суспільства без залучення великих інституційних інвесторів. Описано особливості застосування наявних інструментів фандрайзингу, таких як, зокрема, краудсорсинг, краудфандинг. Проаналізовано пріоритетні напрями розвитку фандрайзингу.

Abstract: The article discusses the key aspects of fundraising for social projects: Fundraising in social projects has a clearly defined goal - raising funds to solve specific social problems. It can be health, education, environment, assistance to vulnerable groups, etc. Successful fundraising is based on public support. It is important to be able to effectively communicate your goals, tell success stories, and build relationships with donors and volunteers. With the use of modern technologies, social projects can more effectively achieve their financial goals. Online platforms, digital campaigns, and other innovative tools allow them to expand their audience and ensure greater transparency. Collaboration with business, civil society organizations and the public sector can significantly increase fundraising opportunities. Partnerships allow sharing resources and effectively addressing social issues. Fundraising for social projects requires a high level of ethics. Donors and the public expect that funds will be spent efficiently and honestly. Transparency and accountability become important. Donations and grants are mainly raised with the help of fundraising.

By analyzing and systematizing various approaches to defining fundraising, we have improved and developed the essence of the concept of «fundraising

activities» as a system of comprehensive measures to mobilize and raise funds to support the activities of public or charitable organizations, implement socially important projects and implement promising non-commercial research developments, which can be carried out at all levels of society, regardless of the form of ownership, nature of financing.

Keywords: fundraising, social project, crowdsourcing, crowdfunding, modern technologies, offer, financing, financial stability, social responsibility

Ключові слова: фандрайзинг, соціальний проєкт, краудсорсинг, краудфандинг, сучасні технології, оферта, фінансування, фінансова стабільність, соціальна відповідальність

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві соціальні проєкти відіграють ключову роль у вирішенні соціальних проблем, поліпшенні якості життя та розвитку громад. Однак, незважаючи на важливість цих ініціатив, їх ефективність та реалізація нерідко залежать від наявності достатніх фінансових ресурсів. Проблема фандрайзингу соціальних проєктів є актуальною та потребує ретельного розгляду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями розвитку фандрайзингу та дослідженням фандрайзингової діяльності присвячені роботи провідних вітчизняних та закордонних учених, а саме: Т. Артем'євої, А. Балашової, О. Башун, А. Дугласа, К. Карлсон, С. Куц, Г. Тульчинського та інших.

Практичні аспекти застосування фандрайзингу для фінансування досліджували такі науковці, як А. Саржо, Дж. Шанг, М. Огборн, О. Чернявська, А. Соколова, Б. Чиконте, Дж. Харт, С. Васильчак, М. Куницька-Іляш, П. Красномовец, А. Карпуніна, В. Огородник, Є. Холостова та інші.

Актуальність даного дослідження зумовлена недостатнім ступенем розробки теоретико-

методологічних засад щодо фандрайзингу соціальних проєктів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Доцільним є розгляд питань щодо дослідження особливостей фандрайзингу соціальних проєктів. Фандрайзинг (фендрайзинг, фандрейзинг, fundraising) - процес залучення зовнішніх, сторонніх для компанії ресурсів, необхідних для реалізації будь-якої задачі, виконання проєкту або з метою діяльності в цілому. Поняття фандрайзингу з'явилося в США і даний термін походить від англійських слів (fund - кошти, фінансування, raise - знаходження, збір).

Фандрайзинг, в широкому сенсі, являє собою методику пошуку джерел фінансування та ресурсів для забезпечення діяльності підприємства. Під ресурсами в фандрайзингу мається на увазі матеріальні або не матеріальні ресурси, такі, наприклад, як людські, інформаційні, фінансові, юридичні, маркетингові і інші [1].

Переважно за допомогою фандрайзингу залучаються пожертвування та гранти на фінансування діяльності соціально-орієнтованих некомерційних установ. Однак сучасний розвиток

економіки та вимоги, що висуваються до комерційних підприємств, змушують суб'єктів господарювання замислюватись про соціальну відповідальність та здійснювати соціально-спрямовані програми, саме тому фандрейзинг можна також віднести до одних із методів виконання обов'язків з соціальної відповідальності і комерційних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фандрайзинг є сучасним засобом формування фінансово-матеріальної бази розвитку соціальних програм, саме тому інструменти впровадження цього виду діяльності інтегрують у собі як традиційні форми й методи залучення коштів, так і більш сучасні напрацювання у цій галузі, а саме використання інформаційних технологій, мережі Інтернет, PR-технологій (public relations), прогресивних методів інтерактивного представлення інформації. Розглянемо найбільш ефективні засоби та форми здійснення цього виду діяльності, які позитивно зарекомендували себе в процесі здійснення світової фандрайзингової практики.

Краудсорсинг - система залучення та використання інтелектуального потенціалу або матеріальних ресурсів великої кількості приватних осіб, які добровільно витрачають власний вільний час та ресурси, координуючи свою діяльність в глобальній мережі Інтернет. Тобто такий вид відносин виникає лише на підставі договору публічної оферти без будь-яких форм трудових договорів. Ключову роль у цьому

процесі відіграють інформаційні технології, які дають змогу залучати інтелектуальні можливості людей з будь-якої точки земної кулі, ефективно координуючи їх роботу в єдиному інформаційному центрі.

Краудфандинг - одна з сучасних форм «суспільного фінансування», що здійснюється у віртуальному просторі мережі Інтернет на спеціальних краудфандингових платформах. Він передбачає, що будь-яка людина має змогу матеріально підтримати важливу, на її думку, ініціативу або стартап-проект.

Краудфандинг-платформи дають можливість публікації в мережі та здійснення найрізноманітніших проєктів: від збору коштів на лікування окремої людини до пошуку фінансування для реалізації концепту нової комп'ютерної гри. Головною умовою є встановлення мінімально необхідної суми для реалізації проєкту, сам ресурс надає визначену кількість днів для збору вказаного обсягу, а якщо зібраних коштів не вистачило, вони повертаються інвесторам. Ефективність цього інструмента на практиці можна побачити на прикладі всесвітньо відомої платформи Kickstarter, відповідно до статистики якої, кількість грошей, інвестованих в успішні проєкти, складає \$2,92 млрд. [2].

Фандрайзинг соціальних проєктів відіграє ключову роль у забезпеченні фінансової стабільності та реалізації ініціатив, спрямованих на соціальні зміни та поліпшення якості життя. Цей процес полягає в систематичному

залученні фінансової підтримки від громадськості, бізнесу, та інших донорів для втілення соціальних ідей та розв'язання конкретних проблем.

Розглянемо ключові аспекти фандрайзингу соціальних проєктів.

Фандрайзинг в соціальних проєктах має чітко визначену мету - збір коштів для вирішення конкретних соціальних проблем. Це може бути здоров'я, освіта, екологія, допомога вразливим групам тощо.

Успішний фандрайзинг базується на підтримці громадськості. Важливо вміти ефективно комунікувати свої цілі, розповідати історії успіху та будувати відносини з донорами та волонтерами.

З використанням сучасних технологій, соціальні проєкти можуть ефективніше досягати своїх фінансових цілей. Інтернет-платформи, цифрові кампанії та інші інноваційні інструменти дозволяють розширювати аудиторію та забезпечувати більшу прозорість діяльності.

Співпраця з бізнесом, громадськими організаціями та державним сектором може значно збільшити можливості для фандрайзингу. Партнерства дозволяють ділитися ресурсами та ефективно вирішувати соціальні проблеми.

Фандрайзинг в сфері соціальних проєктів вимагає високого рівня етики. Донори та громадськість очікують, що кошти будуть витрачені ефективно та чесно. Транспарентність та звітність стають важливими аспектами.

Систематична оцінка та відстеження результатів

фандрайзингових кампаній дозволяє адаптувати стратегії та забезпечує вдосконалення підходів у майбутньому.

До викликів фандрайзингу соціальних проєктів в Україні можемо віднести:

- наявність чіткого та сприятливого правового середовища для фандрайзингу в Україні є актуальною проблемою;

- відсутність стандартів та освітніх програм для фахівців у галузі фандрайзингу ускладнює розвиток цієї сфери;

- багато людей в Україні можуть не бути повністю обізнані із суттю та значенням фандрайзингу, що може призвести до низького рівня підтримки;

- в умовах економічних труднощів може бути важко залучати фінансову підтримку для соціальних проєктів.

Спільноти та організації, що реалізують соціальні проєкти, часто стикаються з недостатністю фінансових ресурсів для повноцінної реалізації своїх ідей. Це може призвести до обмеження масштабів проєкту чи навіть його повного припинення.

Багато людей не володіють достатньою інформацією про соціальні проблеми та проєкти, які можуть їх вирішити, що призводить до низького рівня інтересу та підтримки громадськості, а відтак, і до збільшення труднощів у залученні фінансування.

Соціальні проєкти використовують традиційні методи фандрайзингу, які можуть бути неефективними у сучасних умовах тому важливо розробити нові та

інноваційні стратегії для залучення фінансової підтримки.

У багатьох країнах існують обмеження та складнощі, пов'язані із збором коштів для соціальних проєктів. Наприклад, складні процедури отримання благодійного статусу чи обмеження щодо корпоративного спонсорства. Мета полягає в розробці та впровадженні ефективних стратегій фандрайзингу для соціальних проєктів з метою забезпечення стабільного та достатнього фінансування для їх реалізації. Потрібно залучити увагу громадськості, розвинути інноваційні методи фандрайзингу та подолати правові обмеження, щоб стимулювати і підтримувати соціальні ініціативи.

Розробка та впровадження нових стратегій повинні призвести до збільшення обсягів залучених коштів для соціальних проєктів, посилення інформаційної кампанії та залучення громадськості до соціальних ініціатив, впровадження нових, технологічних та креативних методів фандрайзингу для привертання уваги та підтримки, робота над спрощенням процедур та стимулюванням благодійності та корпоративного спонсорства.

Дослідження та узагальнення проблем, пов'язаних з фандрайзингом, розкривають різноманіття викликів, з якими стикаються організації та ініціативи при зборі фінансових ресурсів для соціальних проєктів. Охарактеризуємо основні аспекти цих проблем:

- зі зростанням кількості соціальних проєктів та благодійних

організацій, конкуренція за увагу та пожертви стає значущим викликом;

- залучення уваги та підтримки споживачів стає важливим завданням, інакше існує ризик «перенасичення» ринку благодійності;

- залучення нових донорів є тільки однією частиною завдання;

- утримання довгострокових відносин із донорами, забезпечення їхньої лояльності та періодичного внеску є важливим аспектом фандрайзингу.

Комунікація грає важливу роль у фандрайзингу, недостатня чи неефективна комунікація може призвести до низького рівня інтересу та недорозуміння із сторони громадськості та потенційних донорів.

Деякі організації можуть стикатися із відсталістю у використанні інноваційних та технологічних рішень для фандрайзингу, але використання цифрових платформ, онлайн-кампаній та інших сучасних інструментів може бути одним із важливих факторів успіху.

Дослідження цих проблем дозволить розробити ефективні стратегії та інноваційні підходи для подолання викликів у сфері фандрайзингу соціальних проєктів.

Водночас, факторами, що стримують розвиток фандрайзингу, є:

- використання «примусової благодійної допомоги» в освітніх, медичних тощо закладах закладах;

- відсутність податкових стимулів; велика кількість шахраїв та шахрайських схем;

- відсутність єдиного інформаційного центру, який би володів інформацією про благодійні організації та їх представників;

- недосконала система перевірки та контролю легітимності існування таких організацій;

- низький рівень правової грамотності потенційних донорів у питаннях благодійності;

- низький рівень правової та економічної культури населення;

- «нецільове» використання благодійних коштів та відсутність покарання; фінансові установи не інформують осіб, які відкривають благодійні рахунки, про те, що кошти, які надходять на них, вважаються нецільовими і підлягають оподаткуванню [4].

Для успішної діяльності у сфері залучення ресурсів команді необхідно проаналізувати наявне фінансування, активи організації та потенційні джерела збільшення фінансових ресурсів. На початку організації фандрейзингової діяльності не варто сприймати як позитивний результат лише обсяг залучених коштів або негрошових цінностей, адже на перших етапах позитивним результатом буде система налагоджених особистих зв'язків, позитивна грантова історія, отримані відповіді на листи, написані потенційним донорам, грамотно розроблені та вчасно прозвітовані міні-проекти [4].

Так, планування ефективних дій є ключовим аспектом успішної фандрайзингової діяльності для неприбуткових організацій. Ось кілька кроків, які можуть бути корисними при плануванні фандрайзингових заходів:

1. Визначення мети та цілей. Ретельно визначте, що ви хочете досягти за допомогою фандрайзингу. Це може бути залежність від специфічних проектів, розширення програм або покриття загальних витрат.

2. Аналіз аудиторії. Розуміння аудиторії є важливим. Необхідно знати, хто підтримує вашу організацію та які механізми мотивації працюють для них.

3. Створення стратегії збору коштів. Важливо проаналізувати, які методи збору коштів найкраще підходять для вашої організації. Це може включати заходи, такі як благодійні заходи, онлайн-кампанії, корпоративні партнерства тощо.

4. Розробка плану дій. Створення конкретного плану дій, включаючи розклад, бюджет, відповідальних осіб і метрики успіху.

5. Промоція і комунікація. Не варто забувати про важливість ефективної промоції та комунікації. Ваша аудиторія має бути повідомлена про ваші фандрайзингові заходи і зробіть їх привабливими та цікавими для участі.

6. Залучення волонтерів і партнерів. Волонтери та партнери можуть допомогти вам збільшити обсяги роботи та розширити кількість людей, які долучаються до вашої фандрайзингової діяльності.

7. Оцінка та адаптація. Після завершення фандрайзингових заходів оцініть їх ефективність та зробіть висновки для майбутніх дій. Адаптуйте свої стратегії відповідно до результатів.

Збалансований та систематичний підхід до планування та виконання фандрайзингових заходів допоможе вашій неприбутковій організації досягти більшого успіху в залученні фінансової підтримки.

Один із вдалих прикладів застосування інтерактивних технологій у фандрайзингу - це використання онлайн-аукціонів або віртуальних заходів для збору коштів.

Наприклад, неприбуткова організація може організувати віртуальний благодійний аукціон, де учасники можуть ставити на лоти свої товари або послуги. Це може бути все, від різноманітних речей, що надійшли в якості дару, до унікальних досвідів чи послуг.

Так, FoodCloud - це відмінний приклад успішної фандрайзингової діяльності в Великій Британії та Ірландії. FoodCloud - це мобільний додаток, який сприяє зменшенню втрат їжі та боротьбі з голодом шляхом забезпечення відходів їжі тим, хто її потребує.

Основна ідея полягає у тому, щоб ресторани, супермаркети та інші продовольчі підприємства могли пожертвувати непродану їжу, а не викидати її. Додаток FoodCloud забезпечує зручний і швидкий спосіб для цих підприємств повідомити про доступні залишки їжі, а благодійні організації та групи допомоги можуть забирати цю їжу та доставляти її тим, хто потребує.

Ось деякі ключові аспекти ефективності додатку FoodCloud:

1. Сприяння зменшенню втрат їжі. Додаток допомагає продовольчим підприємствам

ефективно розпоряджатися надлишками їжі, зменшуючи кількість відходів та сприяючи екологічній стійкості.

2. Боротьба з голодом. Шляхом перерозподілу непроданої, але ще справної їжі, FoodCloud допомагає задовольнити потреби голодних людей та груп, що потребують допомоги.

3. Сприяння соціальній відповідальності бізнесу. Ресторани та супермаркети, які приєднуються до FoodCloud, показують свою готовність використовувати свої ресурси для добрих справ, що підвищує їхню репутацію серед споживачів.

4. Легкість використання. Мобільний додаток забезпечує зручну та просту платформу для обміну інформацією про доступну їжу та її отримання.

5. Розширення мережі підтримки. FoodCloud створює мережу підтримки, яка об'єднує продавців їжі та благодійні організації, що допомагає підвищити ефективність та масштаби дії.

Узагальнюючи, FoodCloud відображає потенціал технологій для створення інноваційних рішень у сфері фандрайзингу, які приносять реальний соціальний та екологічний вплив.

Щоб забезпечити ефективність такого заходу, організатори можуть використовувати спеціальні онлайн-платформи для аукціонів, які дозволяють учасникам зручно переглядати лоти, робити ставки та отримувати оновлення про хід аукціону в реальному часі.

Переваги такого підходу включають:

- Інтернет-платформи дозволяють залучити учасників з усього світу, розширюючи потенційну аудиторію та збільшуючи шанси на успішне збирання коштів.

- Участь в віртуальних аукціонах може бути зручною для учасників, оскільки вони можуть брати участь з будь-якого місця, де є доступ до Інтернету, і не потрібно фізично бути присутнім на події.

- Інтерактивні технології можуть зробити процес фандрайзингу більш захоплюючим та привабливим для учасників, що може призвести до більшого обсягу зібраних коштів.

- Використання соціальних мереж, електронної пошти та інших онлайн-каналів комунікації дозволяє ефективно просувати захід серед потенційних учасників.

- Платформи для віртуальних аукціонів можуть бути використані

знову та знову для організації подібних заходів, зменшуючи витрати та збільшуючи вплив.

Це лише один із прикладів того, як інтерактивні технології можуть бути успішно використані в фандрайзинговій діяльності для збору коштів та залучення підтримки соціальних проєктів.

Висновки. Аналізуючи та систематизуючи різні підходи до визначення фандрайзингу, ми удосконалили та розвили сутність поняття «фандрайзингова діяльність» як системи комплексних заходів з мобілізації та залучення матеріальних засобів з метою підтримки діяльності громадських або благодійних організацій, впровадження соціально важливих проєктів та реалізації перспективних наукових розробок некомерційного характеру, яка може здійснюватися на всіх рівнях організації суспільства незалежно від форми власності, характеру фінансування та масштабів діяльності.

References:

- An information platform for fundraising has been launched in Ukraine. Available at. URL: <https://www.prostir.ua/?news=v-ukrajini-zapuschena-informatsijna-platforma-z-fandrejzjnyhu-ta-hrantrajtynhu> [in Ukrainian].
- Crowdfunding in Ukraine: the essence, state and features of activity in Ukraine. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/craundfunding-v-ukraini-t> [in Ukrainian].
- Crowdfunding for small and medium-sized enterprises. URL: <http://www.smedevelopment.info/searchfinance/3> [in Ukrainian].
- Humeniuk A., Garmatiuk O. (2023) Prospects for the development of fundraising activities in Ukraine. *SWorldJournal*. № 21. Part 2. P. 54–58. DOI: <https://doi.org/10.30888/2663-5712.2023-21-02-053> URL: <https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj21-02-053> [in Ukrainian].
- Tax code of Ukraine (2011). *Vidomosti of the Verkhovna Rada of Ukraine (VVR)*. № 13-14, № 15-16, № 17, Article 112.
- On public associations: law of Ukraine.(2013). 4572-VI of March 22, 2012. *Vidomosti of the Verkhovna Rada of Ukraine (VVR)*. № 1, Article 1.
- Project «EU4USociety». URL: <https://www.irf.ua/program/eu4usociety> [in Ukrainian].
- Spilnokosht. URL: <https://biggggidea.com> [in Ukrainian].

- Borzaga, C; Galera, G. (2019). *Social enterprise: An international overview of its conceptual evolution and legal implementation*. *Social Enterprise Journal*. Vol. 5 № 3, pp. 210-228. [in Ukrainian].
- Crowdfunding Platforms - Want to Inspire Others? URL: https://www.ceefundraising.org/apply?gclid=CjwKCAjwlcaRBhBYEiwAK341jQ2uPdRm75dY1-szRZ2htmVb-Bx-8bglxLbTiOMi6vPZ6ZKnYwi7KBoCehcQAvD_BwE [in Ukrainian].
- Crowdfunding Market Report - State of the market report. URL: https://energy4impact.org/crowdfunding-energy-access-%E2%80%93-state-market-report-2019-2020?gclid=CjwKCAjwlcaRBhBYEiwAK341jaHlv2mgHMhvMLNA2xAchpyBmLgXfW5EwB7eWB6D_mLv-ol2gyqmNBoCKiwQAvD_BwE [in Ukrainian].
- Crucial 40+ Crowdfunding Stats In 2021. *SmallBizGenius*. URL: <https://www.smallbizgenius.net/by-the-numbers/crowdfunding-stats/#gref> [in Ukrainian].