

ного простору, що відбилися в змінах сутності та підходів регіональної політики, необхідно враховувати при удосконаленні державної регіональної політики в Україні.

Солосіч О. С., студент ФММ, гр. УЕ-61,
Кириченко С. О., к.е.н., доцент
кафедри економіки і підприємництва,
Національний технічний університет України
«КПІ ім. І. Сікорського», м. Київ

ФАНДРАЙЗИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ІНІЦІАТИВ ТА РОЗВИТКУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Сьогодні Україна перебуває у стані активного соціально-політичного розвитку на шляху інтеграції в Європейське співтовариство, утім перед державою постає ряд викликів, пов'язаних з реформуванням економічної, соціальної, політичної та інших сфер діяльності суспільства в умовах складної геополітичної ситуації, викликаній конфліктом на сході країни, а також зміною політичного істеблішменту в провідних економіках світу. Очевидним є той факт, що державні інституції не здатні задовольнити усі запити суспільства, яке часом розвивається набагато швидше, аніж політична та законодавча база країни.

На даний час, законодавчо закріплено процес об'єднання територіальних громад, що передбачає виділен-

ня державних субвенцій на фінансування некомерційних соціальних проектів місцевих громад [1]. На практиці, територіальним громадам зазвичай не вистачає виділених сум на фінансування усіх необхідних соціальних проектів, не кажучи вже про стратегічне планування розвитку громади. Отже, вирішення даного питання лежить у площині створення на-дефективних методів управління бюджетними коштами та пошуку додаткових джерел фінансування соціальних програм. Одним із методів, ефективність якого підтверджена світовим досвідом є фандрайзинг.

Фандрайзинг як термін, запозичений з англійської мови (fund — грошові кошти, фінансування; raise — підвищення), який маловідомий серед населення, означає залучення грошових коштів або інших ресурсів, з метою реалізації некомерційних програм розвитку соціальної інфраструктури. Грошові кошти при цьому є головними, але не єдиним видом ресурсів, ними також можуть бути людські (праця волонтерів), інформаційні, матеріальні та інші види ресурсів. Суб'єктами фандрайзингу, на рівні територіальних громад, виступають заклади освіти, культури, охорони здоров'я та релігійні об'єднання. Слід зазначити, що кожен з суб'єктів є соціально вразливим та потребує державної уваги і підтримки, яку вона не в змозі надати. Об'єктами фандрайзингу виступають міжнародні урядові та неурядові організації, комерційні установи та фонди, які надають безоплатну підтримку значущих соціальних проектів місцевих територіальних громад. Дані проекти найчастіше реалізуються у сферах освіти, розвитку та підтримки культурних пам'яток, медичній реабілітації, покращенні екології регіону, суспільному

розвитку.

Принагідно зазначимо, що для оцінки обсягів приватної благодійності використовують створений Британським благодійним фондом CAF світовий рейтинг World Giving Index, в якому Україна у 2016 році посіла 106 місце, погіршивши свій результат на 17 пунктів, порівняно з 2015 роком. Це може пояснюватись високим рівнем інфляції та падінням загального рівня життя населення. Світовими лідерами у сфері приватної благодійності є М'янма, США та Австралія [2].

Світова практика фандрайзингу показує, що існує велика кількість методів стимулювання притоку надходжень фінансових коштів фізичних та юридичних осіб на некомерційні потреби громади. Одним з таких є створення Community Card, якою передбачена система знижок у певних магазинах чи комерційних установах утримувачу карти та певна мінімальна кількість відсотків дисконту, яка спрямовується на благодійні проекти. Використання таких карт у практиці, навіть за умови невеликого грошового фонду, приносить від 2 до 5 тис. євро щомісячно.

Іншим дієвим інструментом є соціальний маркетинг. Ідея полягає в розробці планів місцевими органами влади по зміні соціальної поведінки громадян, у напрямку підвищення громадської безпеки, охорони здоров'я, захисту навколишнього середовища. Головною перевагою соціального маркетингу є пряма можливість впливати на соціо-моральні зрушення в громаді.

Відносно новим засобом фандрайзингу є створення Young Bank — молодіжних банків. У цих банках створюються відповідні грантові комітети, в які входять молоді та не

байдужі члени громади, які в подальшому і визначають пріоритетні й найбільш перспективні напрямки фінансування некомерційних проектів. Дані структури не тільки виконують функцію залучення молоді до місцевого самоуправління, а й дозволяють виробити лідерські якості, а також сприяють ознайомленню молоді з актуальними проблемами громади.

Задля ефективного впровадження фандрайзингової діяльності місцева громада повинна організувати довготривалі відносини зі своїми стейкхолдерами. Це буде сприяти підвищенню довіри між громадою та комерційними організаціями, збільшенню благодійних надходжень, а також забезпечить дотримання принципу транспарентності у сфері розподілу та використання як державних, так і благодійних фінансових надходжень.

Також у світі використовуються й інші інструменти фандрайзингу, в основі яких лежать довготривалі відносини між громадою та об'єктом фандрайзингу. До таких відносять:

- ендавмент – передбачає, що некомерційна організація, отримавши кошти від надавача ендавменту інвестує їх, а отриманий дохід спрямовується на передбачені надавачем цілі, пов'язані з розвитком соціальної інфраструктури громади на благодійній основі;
- краудсорсинг – використання великого кола приватних осіб, а саме їх творчого потенціалу, знань чи досвід у вирішенні питань організаційно-економічного характеру, на підставі публічної оферти;
- благодійні сервітути – благодійники мають право

встановлювати сервітути земельних ділянок або іншого нерухомого майна на користь благодійних організацій або інших бенефіціарів за умови їх використання для цілей благодійної діяльності [3].

Задля вимірювання ефективності фандрайзингової діяльності (ІРФД) можливе використання формули (1) для підрахування індексу результатів фандрайзингової діяльності:

$$\text{ІРФД} = \text{ОФ} / \text{Чпр} + \text{Зф} / \text{Зв} + \text{Пр} / \text{Пв} + \text{В} / \text{Н} + \text{Вб} / \text{В} + \text{ФВ} \quad (1)$$

де ОФ – освіта фандрайзера;

Чпр – загальна кількість співробітників в організації;

Зф/в – обсяг заходів з фандрайзингу;

Пв/р – обсяг проектів організації у відношенні запропонованих до виконаних;

В, Вб – загальні витрати, витрати на фандрайзингу;

Н – загальний обсяг надходжень;

ФВ – наявність відділу фандрайзингу в організації (наявність відділу – 1, відсутність відділу – 0).

Якщо показник індексу знаходиться в інтервалі від 0 до 2,5 – ефективність фандрайзингу оцінюється у 50%, від 2,5 до 5 – ймовірність успіху прямує до 100% [4, с. 82-83].

Отже, фандрайзинг, як інструмент залучення додаткових ресурсів у місцеві громади, є одним із найефективніших, однак це потребує поінформованості населення, щодо переваг фандрайзингу, а також створення державою стимулів до залучення комерційних компаній до даного виду діяльності.

Список літературних джерел

1. Закон України «Про добровільне об'єднання територіаль-

них громад» №157-8 від 05.02.15 р. (остання редакція від 19.03.2017 р. на підставі 1851-19).

2. CAF World Giving Index 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cafonline.org>

3. Закон України «Про благодійну діяльність та благодійні організації» № 5073-6 від 05.07.2012 р. (остання редакція від 06.11.2016 р. на підставі 1664-19).

4. Alena Sokolova, Vita Klimenko. Model of fundraising activity in Ukraine / A. Sokolova, V. Klimenko. // Journal Of European Economy. – 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/10314/1/Sokolova%20A..pdf>

Стенічева І. Б., старший викладач,

Шаповал А. С.

КВНЗ «Інститут підприємництва
«Стратегія», м. Жовті Води

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОГО РЕГІОНУ

На сьогоднішній день в кожному регіоні нашої держави є низка гострих, невирішених економічних і соціальних проблем. Серед них слід виділити: недосконалість галузевої структури регіонального господарського комплексу та його низьку економічну ефективність; слабку інтеграцію підприємств певних територій у відповідні регіональні господарські системи; значні відмінності між регіонами у рівнях соціаль-