

II Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція СУЧАСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

191.

5. Ринкова трансформація господарства регіону (кластерний підхід).
Навч. посібник (Заболотний Г.М., Дідик О.М., Захарченко В.І. - Вінниця, Вид.
відділ ВДАУ, 2006. - 395 с.

УДК 65.012.32:65.016.1

Невмержицька С.М., к.т.н., доцент
Павлов О.Ю., студент
Київський національний університет
технологій та дизайну

ФАНДРЕЙЗИНГ ЯК ОСНОВА СТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Початковий етап утворення підприємства є одним з найважливіших та найвідповідальніших для його управлінської ланки. На цьому етапі аналізується потенційне зовнішнє середовище, прогнозується майбутній стан, визначаються основні складники підприємства та досліджується взаємодія між ними. Ключове завдання в процесі фандрейзингу полягає в пошуку джерел фінансування й залученні матеріальних ресурсів, необхідних для реалізації виробничих ініціатив. Основною метою є пошук ресурсів, необхідних як для здійснення діяльності підприємства загалом, так і для реалізації конкретного завдання (проекту). Отже, залучення грошових коштів займає в цьому процесі одне з найважливіших, але не єдиних питань. Його можна сміливо віднести до тих, що у повній мірі відповідає стратегії розвитку підприємства, на чому наголошено в роботі [1].

Процес фандрейзингу визначається як головний план дій по створенню підприємства на його початковому етапі, що розширено планується та

II Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція СУЧАСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

ефективно вираховує пріоритети для реалізації даного проекту. Тобто, чим ретельніше проводиться планування проекту, тим більш ефективно й ощадливо використовуються всі залучені ресурси для його реалізації.

Розрізняють два основні підходи до організації пошуку ресурсів:

- екстенсивний – створення баз даних фондів і програм для різнобічного розсилання запитів (проте, як показує практика, є малоефективним);

- інтенсивний – сумлінна підготовка проектів до стану одного виграшного варіанту і подача заявки на грант у конкретний відібраний фонд або програму.

Важливим інструментом фандрейзингу є грант – це цільова безоплатна субсидія для реалізації затвердженого проекту або плану, яка надається здебільшого на конкурсній основі в тій чи іншій сфері діяльності. Подавання заявки на грант – це одна з досить поширених, проте не єдиних можливостей одержання ресурсів для створення нового підприємства.

Фандрейзинг може проводитися не лише фахівцями самого підприємства, а і шляхом залучення компетентних фахівців із зовнішніх консалтингових фірм [2, с. 12]. Організація, яка займається фандрейзингом, залучає як зовнішні ресурси (від донорів, спонсорів, партнерів тощо), так і вкладає свої внутрішні ресурси. Такий процес називається мобілізацією внутрішніх ресурсів. Доволі поширеною є думка, що фандрейзингом займаються лише громадські організації чи студенти, проте це не завжди так. За своєю суттю, пошук інвесторів для стартапу чи кредиторів для розвитку бізнесу це теж свого роду фандрейзинг [3, с. 57]. Тому фандрейзинг повинен бути пошуком джерел фінансування та інших ресурсів, необхідних для здійснення діяльності підприємства, включно з реалізацією програм і проектів.

Менеджери з фандрейзингу застосовують різноманітні методи для досягнення своїх цілей. Розрізняють 5 найважливіших видів «донорів» ресурсів. Проте, цей перелік не є вичерпним:

- **гранти від міжнародних та донорських організацій.** Потрібно

II Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція СУЧАСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

залучатися до участі в спільних проектах і одержання цільового фінансування за програмами міжнародних організацій. Існують не лише фонди, які тільки фінансують проекти, а також є благодійні агентства, які, крім видавання грантів, використовують наукові колективи як платформи для участі в спільних проектах;

– **органи державної влади України й органи місцевого самоврядування.** Перевага даного методу роботи в тому, що він утворює основу для соціального партнерства між державними структурами й недержавним сектором, розвиваючи взаємний інтерес і розуміння необхідності довгострокового співробітництва [4, с. 19];

– **краудфандинг.** Це колективна співпраця людей, які на добровільній основі об'єднують свої гроші (або інші ресурси) разом, найчастіше через Інтернет, щоб сприяти зусиллям інших людей або організацій. Станом на 2016 рік, за допомогою цього методу за 2-3 місяці можна було залучити до \$4,5 млн;

– **використання ресурсів Інтернету.** Уміння правильно орієнтуватися в Інтернеті й дієво використовувати його переваги для пошуку можливих донорів, а також для власного розміщення Web-сторінок з повним описом цілей і плану підприємства тощо;

– **приватні та благодійні пожертви.** Позитивна сторона цього інструменту в тому, що він дає перспективи одночасно зустрітися з багатьма потенційними донорами і привернути увагу однодумців.

Слід виокремити таке джерело фінансування як співпраця з комерційними компаніями. Але користуються ним, передусім, у столиці та обласних центрах. Це зумовлено тим, що для співпраці з комерційним сектором потрібні більш професійні навички не лише фандрейзера чи переговорника, але й маркетолога та PR-менеджера.

Отже, фандрейзинг як основний інструмент для створення підприємства є невід'язною складовою для його подальшого ефективного функціонування і забезпечує на початковому етапі мінімізацію грошових витрат. Не варто

II Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція СУЧАСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

забувати, що немає єдиної формули для успішного фандрейзингу і ніякого стовідсоткового способу отримати кошти у відповідь на запит. Але якщо бути наполегливим у своєму прагненні діяти для залучення грошей, якщо ваша організація буде надійна для свого персоналу, буде відома людям і відкрита для них, якщо правильно підготувати звернення до майбутніх спонсорів, і довести, що вам потрібні саме їхні гроші, – то, скоріше за все, ви ці гроші отримаєте.

Література

1. Касич А.О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств / А.О. Касич // Бізнес-Інформ. – 2014. – № 11. – С. 290–294.

2. Кучереносов В. Є. Фандрейзинг: міфи і реальність // Дайджест журналу «Вісник благодійництва». – Київ, 2000. – № 9 (51). – 15 с.

3. Невмержицька С. М. Управлінські аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства [Текст] / С. М. Невмержицька, Г. І. Падун // Економічні студії. Науково-практичний журнал. – 2014. – № 3. – С. 57-61.

4. Шнирков О. І. Фандрейзинг: основні особливості та форми: метод. посіб. / О. І. Шнирков, І. О. Мінгазутдінов. – 1-ше вид. – Київ, 2000. – 50 с.