

МУНІЦИПАЛЬНИЙ ФАНДРАЙЗИНГ ЯК ДЖЕРЕЛО ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Власюк Н.І., канд. екон. наук, доц.
Львівський торговельно-економічний університет

Бюджетна реформа формує нові можливості для місцевого самоврядування, в тому числі об'єднаних територіальних громад, що стосуються проблем економічного розвитку територій, забезпечення соціальних стандартів мешканців, покращення інфраструктури тощо. Нові можливості вимагають наявності значних фінансових ресурсів. Власних надходжень від податків і зборів не вистачає для вирішення проблем, що постійно виникають. Тому в умовах децентралізації бюджетної системи органам місцевого самоврядування необхідно активно проводити роботу з пошуку шляхів залучення альтернативних коштів з метою вирішення різноманітних завдань. У цьому аспекті доволі актуальною є фандрайзингова діяльність, адже вона безпосередньо зорієнтована на пошук джерел забезпечення саме неприбуткових програм і проєктів, за допомогою яких вирішуються важливі соціально-економічні проблеми територій.

В Україні муніципальний фандрайзинг поки не є поширеним, на відміну від розвинених країн. Це обумовлено, першочергово, наявністю проблем, що перешкоджають його розвитку: у більшості територіальних громад відсутня стратегія діяльності стосовно фандрайзингу; не сформовані інформаційні бази даних про джерела фінансування; недостатньо фахівців, здатних провести маркетингове дослідження, моніторинг, вибрати донора, написати заявку тощо [1].

Часто фандрайзинг узагалі сприймається як філантропія і реалізація соціальних проєктів, хоча це поняття значно ширше і передбачає також залучення ресурсів для реалізації комерційних проєктів, пошук фінансового спонсора, спонсора на умовах бартеру.

Існування упродовж тривалого часу дотаційного характеру діяльності більшості сільських та селищних рад сформувало, як у громадській свідомості, так і в самого керівництва громад, негативний образ до активної позиції щодо залучення додаткових джерел фінансування в місцевий розвиток. Однак, сьогодні відбувається докорінне переосмислення категорій фандрайзингу: він трактується не як випрошування фінансових ресурсів на покриття свого існування, а як запрошення інвесторів, меценатів, спонсорів для спільної участі в соціально важливих місцевих проєктах.

Щодо розвитку фандрайзингу на муніципальному рівні, то сьогодні відбувається перегляд донорами та бюджетними установами вищого рівня механізмів фінансування програм та проектів територіальних громад, який багато в чому визначається зміною управлінських пріоритетів, прагненням надати органам місцевого самоврядування більшої самостійності та самодостатності. За таких умов гарантією залучення коштів у суспільно важливі місцеві програми може стати переорієнтація на залучення позабюджетних коштів за рахунок фандрайзингової діяльності.

Муніципальний фандрайзинг можна визначити як залучення та акумулювання ресурсів з різних джерел на соціально та економічно важливі цілі. Основним методом муніципального фандрайзингу є реалізація спільних програм, учасниками яких є представницький орган територіальної громади, представники бізнесу та пересічні громадяни.

Відносно новим засобом муніципального фандрайзингу є створення молодіжних банків. У цих банках утворюються відповідні грантові комітети, до яких входять молоді та не байдужі члени громади, які в подальшому й визначають пріоритетні та найбільш перспективні напрями фінансування некомерційних проектів. Ці структури не тільки виконують функцію залучення молоді до місцевого самоуправління, а й дозволяють виробити лідерські якості, а також сприяють ознайомленню молоді з актуальними проблемами місцевої громади.

Іншим дієвим інструментом є соціальний маркетинг. Ідея полягає в розробці планів місцевими органами влади зі зміни соціальної поведінки громадян у напрямі підвищення громадської безпеки, охорони здоров'я, захисту навколишнього середовища. Головною перевагою соціального маркетингу є можливість впливати на соціоморальні зрушення в громаді.

Задля ефективного впровадження муніципального фандрайзингу 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 прозорості у сфері розподілу та використання як державних, так і благодійних фінансових надходжень.

Одним зі стимулів розвитку муніципальної фандрайзингової діяльності може бути і надання податкових пільг спонсорам.

Оскільки фандрайзинг є певним процесом, то відповідно до завдань будь-якого процесу він має бути добре спланований. Ці питання вирішує фандрайзингова стратегія.

Найважливішими елементами такої муніципальної фандрайзингової стратегії є: підготовка проекту; формування спонсорської пропозиції; чітке визначення цільової аудиторії проекту, для того щоб знайти, вибрати і залучити потенційних спонсорів; встановлення таких взаємин із партнерами, які задовольняють інтересам обох сторін; реалізація проекту та постійний контроль за його реалізацією; звітування перед спонсорами; аналіз програми фандрайзингу; робота з партнерами після завершення проекту для забезпечення подальшої співпраці на довгостроковій основі [2].

Розробка стратегічного плану фандрайзингу на рівні територіальної громади дозволить: поліпшити організацію фандрайзингу; сформувати культуру фандрайзингу; зосередити увагу на вирішенні найбільш актуальних проблем; збільшити обсяг залучених ресурсів; виявити і обґрунтувати майбутні напрями фандрайзингу; підвищити ефективність використання ресурсів, що виділяються на фандрайзинг; поліпшити конструктивність спільної фандрайзингової діяльності всіх учасників; підвищити ефективність контролю всіх заходів фандрайзингу [3].

Ретельне опрацювання всіх елементів стратегії муніципального фандрайзингу дасть змогу розширити коло партнерів і забезпечити стабільну співпрацю в подальшому.

Таким чином, здійснення фандрайзингової діяльності на місцевому рівні є ефективним інструментом для залучення додаткових ресурсів у місцеві громади та зміцнення їхньої фінансової незалежності. Однак цей інструмент вимагає відповідних умінь, навичок та компетентності від працівників органів місцевого самоврядування та громадських діячів, які долучаються до вирішення місцевих проблем у своїй діяльності.

Інформаційні джерела:

1. Базенко В. А. Фандрайзинг як додатковий фінансовий ресурс розвитку фізичної культури та спорту в умовах децентралізації / В. А. Базенко // Акт. пробл. держ. упр. – 2016. – № 1. – С. 54–59.
2. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Перспективи використання фандрайзингу для розвитку об'єднаних територіальних громад // Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. Сер. «Економічні науки». – Херсон, 2016. – Вип. 21, ч. 2. – С. 34–37.
3. Соколовська В. В. Сутність та перспектива розвитку в Україні фандрайзингу / В. В. Соколовська // Ефективна економіка. – 2015. – № 9. – С. 1. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/z=4453>.
4. Солосіч О. С., Кириченко С. О. Фандрайзинг як інструмент реалізації соціальних ініціатив та розвитку ресурсного потенціалу об'єднаних територіальних громад // Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (27 – 28 квіт. 2017 р.). – Київ : КНЕУ, 2017. – С. 185–190.