

Собакар Маргарита Вікторівна, доктор філософії з обліку і оподаткування, викладач кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Sobakar Marharyta, PhD in Accounting and Taxation, Lecturer at the Department of Management, Business and Administration, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, <https://orcid.org/0000-0003-2531-907X>

## ФАНДРЕЙЗИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ FUNDRAISING AS A MODERN TOOL FOR FINANCING ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES

Собакар М. В. Фандрейзинг як сучасний інструмент фінансування підприємницької діяльності. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2026. Том 11. № 2. С. 364 – 369.

Sobakar M. Fundraising as a modern tool for financing entrepreneurial activities. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2026. Volume 11. № 2, pp. 364 – 369.

*У статті досліджено теоретичні та практичні аспекти використання фандрейзингу як інструменту фінансування підприємницької діяльності. Розглянуто сутність поняття «фандрейзинг», визначено основні принципи ефективної організації фандрейзингової діяльності. Систематизовано основні види фандрейзингу, здійснено їх порівняльну характеристику. Досліджено сучасні інструменти фандрейзингу, виокремлено їхні ключові особливості та проведено порівняльний аналіз. Визначено основні переваги, обмеження та перспективи використання фандрейзингових механізмів у системі фінансового забезпечення підприємств. Проаналізовано сучасні тенденції розвитку фандрейзингу в Україні. Запропоновано систему показників оцінки ефективності фандрейзингової діяльності, що включає фінансові та операційні індикатори результативності залучення ресурсів.*

**Ключові слова:** фандрейзинг, підприємницька діяльність, грантове фінансування, краудфандинг, цифрові технології, інструменти, фінансові ресурси, ризики.

*The article examines the theoretical and practical foundations of fundraising as a modern instrument for financing entrepreneurial activity amid economic instability, limited access to traditional financial resources, and increasing uncertainty. The purpose of the article is to systematize the main types and instruments of fundraising, determine their role in the financial support of entrepreneurial activity, and specifics of their application. The study employed general scientific research methods, including theoretical generalization, comparative analysis, systematization, and logical abstraction. As a result of the study, the essence of fundraising as a process of attracting financial and non-financial resources from external sources for the implementation of entrepreneurial, innovative, social, and public projects was clarified. The main types of fundraising were systematized, including grant-based, crowdfunding, corporate (sponsorship), charitable, and venture fundraising. Their comparative characteristics were determined according to funding sources, forms of resource provision, key instruments, and target beneficiaries. The study generalized modern fundraising instruments, including grant proposals, crowdfunding platforms, e-mail campaigns, social media marketing, charitable events, venture pitch presentations, QR code fundraising, and corporate partnerships. Current trends in fundraising development in Ukraine were analyzed. In addition, a system of indicators for assessing fundraising effectiveness was proposed. The scientific novelty of the study lies in the systematization of fundraising types and instruments as components of entrepreneurial financing. The practical significance of the results lies in the potential to use the proposed approaches to diversify financing sources and improve financial sustainability. Prospects for further research include developing systematic approaches to integrating fundraising into enterprise financial management systems and improving analytical tools for evaluating the effectiveness of fundraising activities.*

**Keywords:** fundraising, entrepreneurship, grant funding, crowdfunding, digital technologies, tools, financial resources, risks.

### Вступ

Сучасний стан розвитку глобальної та національної економіки характеризується високим рівнем турбулентності, фінансовою нестабільністю та дефіцитом фінансових ресурсів для забезпечення діяльності підприємств. Для суб'єктів підприємницької діяльності в Україні, які функціонують в умовах воєнного стану, традиційні кредитні та інвестиційні інструменти часто виявляються недоступними або економічно неефективними. За таких обставин виникає потреба у диверсифікації джерел фінансування діяльності через застосування альтернативних джерел фінансування та залучення безповоротних фінансових ресурсів. Одним із найбільш динамічних та ефективних інструментів у цій сфері є фандрейзинг, який поєднує фінансові, маркетингові та комунікаційні технології для залучення капіталу.

Фандрейзинг не є новим явищем в межах соціально-економічного розвитку. Він має вже понад столітню історію та розглядається як невід'ємна складова фінансування некомерційного й комерційного секторів у розвинених країнах. Глобальний ринок фандрейзингу демонструє стале зростання. За аналітичними оцінками, обсяг ринку фандрейзингу у 2024 році становив \$15,11 млрд та, за прогнозами, досягне \$19,83 млрд до 2032 року за середньорічного темпу зростання 3,45% [12]. Однак, в Україні цей механізм тривалий час асоціювався переважно з благодійністю та соціальними проектами, не сприймаючись як повноцінний інструмент підприємницького фінансування [2, 3, 7]. Проте, в сучасних умовах, особливо з викликами воєнного часу, фандрейзинг перетворився на системний інструмент, забезпечення функціонування широкого кола вітчизняних суб'єктів господарювання.

З огляду на актуальність цього напрямку діяльності суб'єктів господарювання, дослідження фандрейзингу у вітчизняному та міжнародному науковому середовищі активно розвиваються. Семененко І. М. та Серебряк К. І. [9] визначають сутність фандрейзингу в якості акумуляції коштів для досягнення визначених цілей за рахунок реалізації цільових проектів. При цьому автори наголошують на його тісному взаємозв'язку з благодійною діяльністю та соціальною сферою, де фандрейзинг є індикатором наявності системних проблем.

Деліні М. М. визначає фандрейзинг ключовим інструментом реалізації соціально-економічної відповідальності бізнесу, наголошуючи на тому, що залучення зовнішніх ресурсів дозволяє підприємствам не лише вирішувати власні фінансові завдання, а й створювати спільну цінність для суспільства, поєднуючи комерційні інтереси з вирішенням гострих соціальних проблем [3].

Науковий інтерес до фандрейзингу зростає в умовах воєнного часу, адже це зумовлює також антикризовий потенціал цього інструменту. Зокрема, Гавадзин Н. О. та Крицак Ю. О. аналізують особливості функціонування фандрейзингових механізмів в умовах воєнного стану, доводячи їхню критичну роль у забезпеченні життєздатності суб'єктів господарювання та волонтерських ініціатив [1]. Чиркова Ю. Л. та Лиса Д. С. досліджують роль фандрейзингу в контексті розширення альтернативних джерел фінансування вітчизняних підприємств та проаналізували кращі світові практики, адаптовані до українських реалій [10].

Незважаючи на наявний науковий доробок, недостатньо дослідженими залишаються теоретико-методичні та практичні аспекти використання фандрейзингу в системі фінансування



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons CC-BY 4.0

© Собакар Маргарита Вікторівна, 2026

підприємницької діяльності. Зокрема, потребують подальшого обґрунтування підходи до визначення видів фандрейзингу та його сучасних інструментів, визначення їх ролі у забезпеченні фінансової стійкості підприємств, а також оцінювання ефективності залучення ресурсів через грантові програми, краудфандингові платформи та інші альтернативні джерела фінансування. Водночас актуальним залишається дослідження тенденцій розвитку фандрейзингу в умовах цифровізації економіки та зростання потреби бізнесу в диверсифікації джерел фінансування.

### Формулювання цілей статті

**Метою статті** є систематизація видів та інструментів фандрейзингу як сучасного інструменту фінансування підприємницької діяльності, аналіз їх ефективності та специфіки застосування в Україні.

### Виклад основного матеріалу дослідження

Термін «фандрейзинг» вперше було використано у 1869 році, і відтоді його сутність трансформувалася з локальної практики збору пожертв до глобальних тенденцій та підходів до залучення ресурсів. Гавадзин Н.О. та Крицак Ю.О. визначають фандрейзинг як процес залучення грошових коштів та інших ресурсів, які організація не може забезпечити самостійно, та які є необхідними для реалізації певного проекту або своєї діяльності загалом [1]. Підкреслюється саме широкий спектр застосування фандрейзингу, що полягає в залученні не лише фінансових ресурсів, а також з різних джерел: донорських, членських, благодійних.

Схожої думки притримуються Чиркова Ю. та Лиса Д.С., розглядаючи фандрейзинг як процес залучення коштів й інших ресурсів для реалізації конкретних задач або проектів, а також для підтримання діяльності та існування організації загалом [10].

Гвоздей Н.І. та Ареп'єва О.В. акцентують увагу на тому, що фандрейзинг є зорієнтованим на пошук джерел забезпечення соціальних програм, науково-дослідних проектів, діяльності неприбуткових організацій [2].

Тобто, фандрейзинг являє собою цілеспрямований процес пошуку, залучення та акумулювання ресурсів із різних джерел для досягнення визначених цілей. При цьому об'єктом залучення можуть бути не лише фінансові ресурси, а й матеріальні, трудові, інформаційні та інші види ресурсного забезпечення. Серед ключових ознак фандрейзингу доцільно виділити його цільову спрямованість, оскільки залучення ресурсів переважно здійснюється під проект або напрям діяльності. Важливою ознакою є також добровільний характер участі донорів у фінансуванні. На відміну від кредитних інструментів, фандрейзинг є безповоротним фінансуванням, що переважно не передбачає повернення залучених коштів чи виплату відсотків (лише деякі види пов'язані із наданням винагород чи відсотків), що суттєво розширює можливості його використання суб'єктами підприємництва.

Важливою особливістю сучасного фандрейзингу є його комунікаційна складова. Зараз фандрейзинг полягає не просто у пошуку ресурсів, а у розробці комплексного позиціонування та проведенні комунікацій. Успішність залучення ресурсів визначається здатностями команди проекту здійснювати ефективну взаємодію із донорами та демонструвати суспільну або економічну цінність запропонованої ініціативи. Це вимагає активного використання маркетингових інструментів, цифрових комунікацій та механізмів публічної комунікації.

Ефективність фандрейзингової діяльності значною мірою визначається дотриманням сукупності принципів, які забезпечують результативність процесу залучення ресурсів, формування довіри між учасниками та досягнення поставлених цілей. Як зазначено в [1], основою ефективного фандрейзингу є дотримання принципів системності, командності, прозорості, та комунікативності. При цьому, відсутність прозорості та чітких комунікацій з донорами є однією з головних причин неефективних фандрейзингових кампаній.

Узагальнюючи [3, 6, 14], можна зазначити, що для забезпечення ефективного залучення необхідних обсягів ресурсів у межах фандрейзингової діяльності підприємствами слід дотримуватися таких принципів. Критичне значення має принцип прозорості, який передбачає надання донорам та іншим стейкхолдерам достовірної інформації про процес залучення ресурсів і їх використання. Суб'єкти фандрейзингової діяльності повинні забезпечувати доступність інформації щодо обсягів отриманого фінансування, напрямів його використання та досягнутих результатів, що сприятиме підвищенню рівня довіри і формуванню позитивної репутації.

Виходячи із зазначеного, важливим є також принцип підзвітності, реалізація якого передбачає підготовку звітності, оцінювання результативності проектів та інформування донорів про досягнуті результати.

Важливу роль відіграє принцип партнерства, який передбачає побудову довгострокових відносин, у тому числі взаємовигідних, між сторонами процесу залучення ресурсів. Сучасний фандрейзинг орієнтований не просто на отримання фінансування, а й на створення стійкої довгострокової мережі партнерів, зацікавлених у спільному досягненні визначених результатів.

Як результат, слід також виділити принцип взаємної вигоди, відповідно до якого кожна сторона повинна отримувати певну цінність від співпраці. Якщо для підприємства цінність полягає в залучених ресурсах, то донори очікують отримання соціального ефекту, репутаційних внесків, реалізації стратегічних цілей або, за певних моделей фінансування, певного економічного ефекту.

В умовах цифрової трансформації важливого значення набуває принцип комунікаційної активності, який передбачає постійну взаємодію із потенційними та наявними донорами й іншими стейкхолдерами. Використання сучасних цифрових платформ, соціальних мереж та інших інструментів комунікації сприяє підвищенню ефективності фандрейзингових кампаній і розширенню кола потенційних партнерів.

Важливим також є принцип системності, який передбачає розгляд фандрейзингу не як окремого заходу, а як безперервного управлінського процесу. Для досягнення стабільних результатів діяльності із залучення ресурсів повинна включати планування, пошук потенційних джерел фінансування, розробку проектних пропозицій, реалізацію комунікаційної політики, а також моніторинг і оцінювання результатів.

В межах реалізації ризик-менеджменту критичне значення має принцип диверсифікації джерел фінансування та видів фандрейзингу, що передбачає використання різних каналів залучення ресурсів. Поєднання грантових програм, краудфандингу, спонсорської підтримки та інших механізмів дозволяє зменшити фінансові ризики й підвищити стійкість підприємства до змін зовнішнього середовища. Дотримання такої системи принципів фандрейзингу створює передумови для ефективного залучення ресурсів, підвищення результативності фандрейзингових кампаній і забезпечення сталого розвитку підприємницької діяльності.

Таким чином, можна узагальнити, що фандрейзинг є системою діяльності, що спрямована на залучення фінансових і нефінансових ресурсів із зовнішніх джерел для реалізації підприємницьких, соціальних або суспільно значущих проектів, що ґрунтується на принципах цільового використання коштів.

Різноманітність джерел фінансування та цілей залучення ресурсів зумовлює існування кількох класифікацій фандрейзингу. За характером відносин між організацією та донором виокремлюють:

---

- проектний фандрейзинг – залучення коштів під конкретний проект або програму з чітко визначеними цілями, строками та результатами;

- операційний (інституційний) фандрейзинг – збір ресурсів на покриття поточних витрат організації (оренда, заробітна плата, адміністративні витрати);

- капітальний фандрейзинг – формування ендаменту (резервного фонду), будівництво чи придбання приміщень, обладнання.

Основна класифікація фандрейзингу здійснюється саме за методом залучення коштів, і передбачає наступні види:

1. Грантовий – написання та подання заявок на конкурсне фінансування від міжнародних організацій, фондів або державних фондів [2]. Грантове фінансування надається на безповоротній основі для реалізації інноваційних, наукоємних, екологічних або соціально значущих бізнес-проектів. Воно вимагає від підприємства суворого дотримання вимог грантового процесу, детального бізнес-планування та прозорого фінансового звітування, проте виключає необхідність сплати відсотків чи повернення тіла капіталу.

Перевагами грантового фандрейзингу є безповоротний характер отриманих коштів, можливість залучення значних обсягів фінансування та підвищення репутаційного капіталу організації. Водночас цей підхід характеризується високим рівнем конкуренції між заявниками, тривалими процедурами відбору та жорсткими вимогами до звітності й контролю за використанням коштів. В Україні найбільш активними грантодавцями є програми EU4Business, USAID, Erasmus+ та Світовий банк.

2. Краудфандинг є сучасною формою колективного фінансування, що передбачає залучення коштів від широкого кола осіб через спеціалізовані цифрові платформи. Цей напрям дозволяє бізнесу презентувати свій продукт чи ідею на спеціалізованих онлайн-майданчиках та залучати кошти від масової аудиторії бекерів як суто добровільних пожертв або в обмін на майбутній продукт (reward-based), акції компанії (equity-based) або відсотки (debt-based). За оцінками аналітиків, світовий обсяг краудфандингового фінансування у 2025 році становив приблизно \$2,5 млрд, а до 2030 року прогнозується зростання до \$2,5 млрд [11]. В Україні розвиток краудфандингу забезпечують платформи «Спільнокошт», «Моє місто», а також міжнародні цифрові сервіси.

Суттєву роль краудфандинг відіграє як інструмент розвитку для стартапів і малого бізнесу. Краудфандинг дозволяє не лише залучати кошти, а й перевірити попит на продукт/послугу, сформувати спільноту лояльної аудиторії та отримати медіа-висвітлення без значних маркетингових витрат.

Виходячи з цього, основними перевагами цього напрямку є можливість тестування ринкового попиту, виконання маркетингових функцій та доступність для стартапів і малих підприємств. До основних ризиків належать публічність можливих невдач проекту та ймовірність недосягнення запланованого обсягу фінансування.

3. Спонсорський / корпоративний фандрейзинг – отримання матеріальної або фінансової підтримки від бізнес-структур в обмін на рекламні можливості, підвищення репутації або інші переваги. Спонсорство є комерційно орієнтованою діяльністю, що передбачає взаємну вигоду та зустрічну рекламну чи комунікаційну послугу від отримувача ресурсів [2]. Важливим елементом такого підходу є реалізація програм корпоративної соціальної відповідальності.

Перевагами корпоративного фандрейзингу є формування довгострокових партнерських відносин, відносна стабільність фінансування та можливість отримання експертної, організаційної чи матеріальної підтримки від бізнесу. Водночас ефективність цього інструменту значною мірою залежить від стратегічних пріоритетів компанії та їх фінансового стану. В Україні корпоративний фандрейзинг перебуває на стадії розвитку, однак його значення суттєво зростає в умовах кризових періодів.

4. Благодійний фандрейзинг передбачає залучення пожертв від фізичних осіб, благодійних фондів, громадських організацій та інших донорів для реалізації соціально значущих, гуманітарних, культурних, освітніх або благодійних проектів, без прямої вигоди для донора. Залучення коштів може здійснюватися через благодійні кампанії, публічні збори, онлайн-пожертви, регулярні внески, благодійні заходи. На відміну від попереднього виду, даний напрям має характер безкорисливої підтримки, без додаткового висвітлення, що спрямована на розвиток інтелектуального чи культурного потенціалу суспільства [3].

В умовах України благодійний фандрейзинг набув особливого розвитку внаслідок суспільних викликів останніх років, що сприяло активному поширенню цифрових інструментів для збору пожертв і підвищенню ролі благодійних організацій у фінансуванні соціальних і гуманітарних ініціатив. Діяльність великих благодійних фондів, волонтерських об'єднань та громадських організацій включає використання сучасних онлайн-платформ, соціальних мереж та механізмів регулярного донорства для забезпечення сталого фінансування проектів.

До ключових переваг благодійного фандрейзингу належать відносна доступність фінансових ресурсів, відсутність необхідності повернення залучених коштів, можливість формування широкої спільноти прихильників та зміцнення суспільної репутації організації. Водночас ефективність такого механізму значною мірою залежить від рівня довіри донорів, якості комунікаційної діяльності та прозорості використання коштів. Серед основних ризиків варто виокремити нестабільність надходжень, високу залежність від суспільно-економічної ситуації та необхідність постійного підтримання зацікавленості донорської аудиторії.

5. Венчурний фандрейзинг – передбачає залучення капіталу від венчурних фондів та бізнес-ангелів в обмін на частку в компанії або на використання конвертованих фінансових інструментів. Цей напрям набуває особливого значення з позицій підприємницької діяльності.

Основними перевагами венчурного фінансування є можливість залучення значних обсягів капіталу, доступ до експертної підтримки та розширення ділових контактів. Разом із тим цей механізм супроводжується посиленням вимог щодо темпів розвитку бізнесу та потенційними обмеженнями управлінської автономії.

В таблиці 1 узагальнено інформацію щодо основних видів фандрейзингу для можливості їх порівняння та формування диверсифікованої фандрейзингової стратегії.

Ефективна реалізація фандрейзингових стратегій базується на застосуванні широкого спектру інструментів, кожен з яких має унікальні механізми реалізації, цільову аудиторію та рівень фінансового ризику. Вибір конкретного інструменту залежить від типу фандрейзингу, стратегічних цілей організації, необхідного обсягу фінансування, часових обмежень та характеристик цільової аудиторії. На основі узагальнення практики діяльності та позицій науковців [3, 6, 10], виділено основні інструменти фандрейзингу, що включають:

- грантові заявки, що обґрунтовують необхідність фінансування проекту та способи його реалізації, та передбачають підготовку проектної пропозиції для отримання фінансування від донорських організацій;

- краудфіндингові кампанії, що є особливо популярними серед стартапів і соціальних ініціатив, через спеціальні платформи Kickstarter, Indiegogo, GoFundMe, «Спільнокошт» та інші;
- поштові (e-mail) кампанії, що є масовими зверненнями до потенційних донорів із персоналізованим проханням про підтримку;
- соціальні мережі та цифровий маркетинг, що передбачають залучення донорів через Facebook, Instagram, YouTube, Telegram із використанням цифрового медіа-контенту, з метою інформування аудиторії, формування спільноти прихильників та стимулювання пожертв;
- благодійні події та заходи (концерти, аукціони, марафони, спортивні змагання тощо), які поєднують збір коштів із підвищенням впізнаваності організації та зміцненням взаємодії зі стейкхолдерами;
- пітч-презентації для залучення інвестиційного капіталу під час переговорів із венчурними інвесторами та бізнес-ангелами, призначенням якої є демонстрація інвестиційної привабливості проекту;
- QR-збори, що забезпечують швидке здійснення пожертв за допомогою мобільних технологій;
- корпоративне партнерство, що передбачає фінансову та нефінансову підтримку з боку бізнесу.

**Таблиця 1. Порівняльна характеристика основних видів фандрейзингу**

Вид фандрейзингу	Джерело коштів / донор	Характер фінансування	Основні інструменти	Цільова аудиторія
Грантовий	Фонди, міжнародні організації, держава	Безповоротний цільовий	Грантова заявка	НКО, стартапи, наукові установи
Краудфандинг	Масова аудиторія через онлайн-платформи	Добровільні, безповоротні пожертви	Онлайн-платформи	Творчі, соціальні, бізнес-проекти, стартапи
Корпоративний/спонсорський	Бізнес-структури	Безповоротні пожертви бізнесу	Спонсорський пакет	Будь-які організації
Благодійний	Фізичні особи	Добровільні, безповоротні пожертви	Прямі комунікації, масові кампанії	Некомерційні організації, волонтерські ініціативи
Венчурний	Венчурні фонди, бізнес-янгели	Інвестиція в обмін на частку в бізнесі	Презентації	Інноваційні та технологічні стартапи

*Джерело: узагальнено автором*

Таким чином, сучасний інструментарій фандрейзингу характеризується високим рівнем різноманітності та дозволяє організаціям обирати найбільш ефективні механізми залучення ресурсів залежно від поставлених цілей і наявних можливостей. Порівняльна характеристика зазначених основних інструментів фандрейзингу свідчить про відсутність універсального підходу до залучення ресурсів. Так, грантові заявки та венчурні пітч-презентації забезпечують можливість отримання значних обсягів фінансування, проте потребують тривалого часу підготовки та характеризуються високою конкуренцією. Водночас цифрові інструменти, такі як краудфандинг, соціальні мережі, QR-збори, дозволяють оперативно залучати кошти від широкої аудиторії донорів. Особливе значення в сучасних умовах набувають технологічні рішення на основі штучного інтелекту, які сприяють підвищенню результативності фандрейзингових кампаній шляхом аналізу поведінки донорів і прогнозування їхньої активності. Узагальнену характеристику основних інструментів фандрейзингу наведено в таблиці 2.

**Таблиця 2. Порівняльний аналіз основних інструментів фандрейзингу**

Інструмент	Вид фандрейзингу, в якому застосовується	Метод реалізації	Середні часові рамки	Ефект	Донори / платформи
Грантова заявка	Грантовий	Документальна, письмова форма	3-12 місяців	Значна сума залучених ресурсів	USAID, Horizon Europe та ін.
Краудфандинг	Краудфандинг	Цифрова платформа	30-90 днів	Залучення ресурсів, аналіз аудиторії та проекту	Kickstarter, Indiegogo, Спільнокошт
E-mail розсилки	Благодійний	Масова розсилка	1-4 тижні	Поширення інформації, однак з середнім рівнем	CRM-системи, електронна пошта
SMM	Благодійний	Контент-маркетинг	Безперервна діяльність	Високе охоплення	Facebook, Instagram, Telegram, TikTok
Благодійні події	Благодійний, корпоративний	Офлайн та онлайн заходи	1-6 місяців	Формування спільноти лояльних донорів	Концерти, аукціони, марафони
Пітч-презентація	Венчурний	Особисті переговори та спілкування	3-18 місяців	Отримання фінансування, однак високі критерії відбору	Онлайн або особисті зустрічі
QR-збори	Благодійний	Мережевий збір	1-4 тижні	Висока ефективність під час кризи; імпульсивні пожертви	Соціальні мережі, Monobank, Приват24
Корпоративне партнерство	Корпоративний	Переговори, спонсорські пакети	1-6 місяців	Довгострокова співпраця	КСВ-програми бізнесу, бізнес-партнерства

*Джерело: узагальнено автором*

Використання комбінації інструментів має забезпечувати ефективність фандрейзингу. Тому, при виборі відповідного інструменту необхідно враховувати: тривалість проекту; ефективність інструменту для отримання необхідної суми коштів; вартість організаційного етапу фандрейзингової діяльності; обсяг наявних фінансових ресурсів [2]. Принципово важливим є усвідомлення того, що ефективний фандрейзинг є довгостроковим стратегічним процесом. Як зазначають Гавадзин Н.О. та Кріцак Ю.О., причинно-наслідковий зв'язок у фандрейзингу для розвитку бізнесу з донорських джерел полягає в тому, що для стабільного й систематичного отримання невеликого фінансового доходу доцільніше, ніж великого, але рідкісного [1]. Це підкреслює важливість довгострокових відносин з донорами та системності фандрейзингових зусиль.

В Україні активний розвиток фандрейзингу відбувається протягом останніх десяти років і зумовлений появою кризових явищ у соціально-економічній та політичній сферах. Такі умови спричиняють низку особливостей вітчизняного фандрейзингу. Ключовою відмінністю сучасних тенденцій розвитку фандрейзингу є перевага соціального спрямування залучених ресурсів, адже фандрейзинг в Україні переважно спрямований на некомерційний сектор та соціальні проекти. Бізнес-фандрейзинг переважно не ідентифікувався як різновид фандрейзингу [2], що суттєво відрізняє українські тенденції від американської моделі, де обидва напрями розглядаються в єдиному концептуальному полі.

Значною відмінністю, як уже зазначалося, є стрімкий розвиток в умовах кризи та воєнного стану. Особливо після 2022 року з'явилися нові грантові можливості від міжнародних партнерів, і коло учасників фандрейзингової

діяльності значно розширилося. Суттєвих змін зазнала сфера благодійності. Якщо на початку 2022 року в Україні було зареєстровано 20 498 благодійних організацій, то станом на 1 липня 2024 року їх кількість зростає до 31 122 [8]. Також, Україна піднялася у рейтингу World Giving Index: із 150-го місця у 2010 році до 2-го місця у 2023 році у світовому рейтингу благодійності [15].

Важливо відзначити появу та розвиток державного фандрейзингу. Основними суб'єктами державного фандрейзингу є Національний банк України та Міністерство цифрової трансформації, які забезпечили запуск цифрової інфраструктури для пошуку та залучення ресурсів для ведення бізнес-діяльності. Ключовою та найбільш масштабною ініціативою є державна фандрейзингова платформа United24, запущена у 2022 році для збору внесків по всьому світу. Від початку роботи на базі United24 зібрано вже понад \$3,6 млрд від донорів з різних країн світу [5].

Зростають масштаби зборів і з боку приватних фондів. У 2022 році фонд «Повернись живим» отримав 1,7 млн донатів на суму 5,7 млрд грн. За оцінками Forbes Ukraine, топ-50 благодійних організацій зібрали у 2023 році понад \$1 млрд [8]. Однак благодійний фандрейзинг переважно використовується в межах некомерційної діяльності. В межах бізнес-структур використовуються інші напрями залучення ресурсів.

В той же час, для забезпечення розвитку фандрейзингу необхідно визначити його виклики та обмежуючі фактори, основними з яких є відсутність загально визнаної вітчизняної концепції фандрейзингу; недостатній розвиток культури добровільних внесків та пожертв у секторі малого та середнього бізнесу; репутаційні ризики та недовіра донорів до прозорості витрачання коштів; висока конкуренція в межах грантових конкурсів та програм [2].

Розглядаючи імплементацію фандрейзингу в загальну систему фінансового менеджменту підприємств, слід запровадити процедури оцінки ефективності задіяних видів і інструментів. Залучення такого додаткового фінансування призводить до збільшення активів підприємства без одночасного зростання його зобов'язань або зменшення капіталу. Це позитивно впливає на показники фінансової стійкості та платоспроможності, підвищуючи рентабельність власного капіталу підприємства. Оцінка ефективності фандрейзингової діяльності підприємства потребує застосування системи взаємопов'язаних показників, що дозволяють вимірювати фінансову ефективність і якість залучення ресурсів. В табл. 3 узагальнено основні показники, що можуть бути використані для оцінки ефективності фандрейзингової діяльності підприємства з позиції обсягів залучених ресурсів та їх впливу на фінансові результати підприємства.

**Таблиця 3. Показники оцінки ефективності фандрейзингової діяльності підприємства**

Назва показника	Спосіб визначення	Економічний зміст	Роль в аналізі
Рентабельність капіталу (ROE)	ROE = Чистий прибуток / власний капітал	Показує рівень віддачі на капітал, інвестований власниками бізнесу	Зростає завдяки отриманню безповоротних активів без збільшення пасивів або капіталу засновників.
Економічна додана вартість (EVA)	EVA = EBIT - (WACC * C), де EBIT – прибуток до оподаткування та сплати відсотків; WACC – середньозважена вартість капіталу; C – обсяг залученого капіталу.	Вимірює реальний прибуток підприємства після вирахування вартості всіх джерел фінансування.	Збільшується внаслідок зниження середньозваженої вартості капіталу за рахунок безкоштовних фінансових ресурсів
Коефіцієнт вартості фандрейзингу (FRC)	FRC = Витрати на фандрейзинг / Обсяг залучених ресурсів	Характеризує операційну ефективність процесу залучення коштів.	Оптимальним вважається показник у межах 15-25%; перевищення свідчить про неефективне управління фандрейзинговим процесом.
Коефіцієнт чистої віддачі (NRC)	NRC = (Залучені ресурси - Витрати на їх залучення) / Залучені ресурси	Відображає частку залучених коштів, яка безпосередньо спрямована на фінансування проекту.	Демонструє рівень фінансової користі фандрейзингової кампанії

Таким чином, у системі фінансового менеджменту підприємства фандрейзинг доцільно розглядати не лише як альтернативне джерело фінансування, а як окремий інструмент управління фінансовими ресурсами, який забезпечує диверсифікацію джерел капіталу, зниження вартості фінансування та підвищення інвестиційних можливостей підприємства. Тому управління фандрейзинговою діяльністю має стати складовою фінансової стратегії підприємства та бути інтегрованим у процеси фінансового планування.

### Висновки та перспективи подальших розвідок

Таким чином, фандрейзинг у сучасних умовах є важливим інструментом диверсифікації джерел фінансування підприємницької діяльності та забезпечення фінансової стійкості суб'єктів господарювання. На відміну від традиційних кредитних та інвестиційних механізмів, фандрейзинг забезпечує можливість залучення ресурсів із широкого кола зовнішніх джерел, знижуючи залежність підприємств від банківського кредитування та власного капіталу. Ефективність фандрейзингової діяльності значною мірою залежить від правильного вибору та поєднання інструментів залучення ресурсів. Найбільший потенціал розвитку демонструють цифрові інструменти фандрейзингу, зокрема краудфандингові платформи, соціальні мережі та QR-збори, які забезпечують розширення донорської аудиторії й підвищення результативності кампаній. Перспективним напрямом подальших досліджень є розроблення методичних підходів до інтеграції фандрейзингу в систему фінансового менеджменту підприємств та вдосконалення інструментарію оцінювання ефективності залучення ресурсів із використанням сучасних цифрових технологій.

### Література

1. Гаваздин, Н. О., & Кріцак, Ю. О. (2022). Фандрейзинг в умовах воєнного часу. *Причорноморські економічні студії*, (74), 182–186.
2. Гвоздей, Н. І., & Арєп'єва, О. В. (2024). Особливості розвитку фандрайзингу в Україні. *Наукові інновації та передові технології*, (1(29)), 457–466.
3. Деліні, М. М. (2017). Фандрайзинг та донорство як інструменти реалізації соціально-економічної відповідальності підприємництва. *Причорноморські економічні студії*, (23), 75–78.
4. Круп'як, І. Й., & Круп'як, Л. Б. (2019). Особливості розвитку фандрайзингу в Україні. *Ефективна економіка*, (10). [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2019/55.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/55.pdf)
5. UNITED24. (н.д.). *Офіційний вебсайт урядової платформи UNITED24*. <https://u24.gov.ua/uk>
6. Пасічний, М. Д., & Непиталюк, А. В. (2025). Фандрайзинг як альтернативне джерело фінансування суспільних потреб. *Інвестиції: практика та досвід*, (19), 53–58.
7. Рєвко, А. М., & Чумак, К. Ю. (2021). Фандрайзинг соціальних проєктів як інструмент соціального розвитку територіальних громад. *Проблеми і перспективи економіки та управління*, (3(23)), 57–64.

8. Forbes Ukraine. (2024). *Рейтинг благодійних фондів України 2024*. <https://forbes.ua/ratings/50-naybilshikh-blagodiynikh-fondiv-kraini-23092024-23712>
9. Семененко, І. М., & Серебряк, К. І. (2021). Основні тенденції фандрайзингу: порівняння досвіду України і США. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*, (6), 60–65.
10. Чиркова, Ю. Л., & Лиса, Д. С. (2022). Роль фандрайзингу в умовах розширення джерел фінансування ініціатив вітчизняних суб'єктів господарювання: міжнародний досвід та особливості застосування у час війни. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*, (2(8)), 312–319.
11. Grand View Research. (2025). *Crowdfunding Market (2025 - 2030): Market analysis report*. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/crowdfunding-market-report>
12. Verified Market Research. (n.d.). *Fundraising Market Size And Forecast*. <https://www.verifiedmarketresearch.com/product/fundraising-market/>
13. The Giving Institute. (2025). *Giving USA 2025 report: U.S. charitable giving grew to \$592.50 billion in 2024, lifted by stock market gains*. <https://givingusa.org/giving-usa-2025-u-s-charitable-giving-grew-to-592-50-billion-in-2024-lifted-by-stock-market-gains/>
14. Humeniuk, A., & Garmatiuk, O. (2023). Prospects for the development of fundraising activities in Ukraine. *SWorldJournal*, (21(2)), 54–57.
15. Charities Aid Foundation. (n.d.). *World Giving Index*. <https://www.cafonline.org/insights/research/world-giving-index>

## References

1. Havadzyn, N. O., & Kritsak, Yu. O. (2022). Fandreizynh v umovakh voiennoho chasu [Fundraising in wartime conditions]. *Prychornomorski Ekonomichni Studii* [Black Sea Economic Studies], (74), 182–186.
2. Hvozdiei, N. I., & Arepieva, O. V. (2024). Osoblyvosti rozvytku fandraizynhu v Ukraini [Features of fundraising development in Ukraine]. *Naukovi Innovatsii ta Peredovi Tekhnologii* [Scientific Innovations and Advanced Technologies], (1(29)), 457–466.
3. Dielini, M. M. (2017). Fandraizynh ta donorstvo yak instrumenty realizatsii sotsialno-ekonomichnoi vidpovidalnosti pidpriemnytstva [Fundraising and donation as tools for implementation of socio-economic responsibility of entrepreneurship]. *Prychornomorski Ekonomichni Studii* [Black Sea Economic Studies], (23), 75–78.
4. Krupiak, I. Yo., & Krupiak, L. B. (2019). Osoblyvosti rozvytku fandraizynhu v Ukraini [Features of fundraising development in Ukraine]. *Efektivna Ekonomika* [Efficient Economy], (10). [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2019/55.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/55.pdf)
5. UNITED24. (n.d.). *Ofitsiynyi vebсайт uriadovoi platformy UNITED24* [Official website of the government platform UNITED24]. <https://u24.gov.ua/uk>
6. Pasichnyi, M. D., & Nepytyaliuk, A. V. (2025). Fandraizynh yak alternatyvne dzherelo finansuvannia suspilnykh potreb [Fundraising as an alternative source of financing social needs]. *Investytsii: Praktyka ta Dosvid* [Investments: Practice and Experience], (19), 53–58.
7. Revko, A. M., & Chumak, K. Yu. (2021). Fandraizynh sotsialnykh proektiv yak instrument sotsialnoho rozvytku terytorialnykh hromad [Fundraising of social projects as a tool for social development of territorial communities]. *Problemy i Perspektyvy Ekonomiky ta Upravlinnia* [Problems and Prospects of Economics and Management], (3(23)), 57–64.
8. Forbes Ukraine. (2024). *Reitynh blahodiinykh fondiv Ukrainy 2024* [Rating of charitable foundations of Ukraine 2024]. <https://forbes.ua/ratings/50-naybilshikh-blagodiynikh-fondiv-kraini-23092024-23712>
9. Semenenko, I. M., & Sieriebriak, K. I. (2021). Osnovni tendentsii fandraizynhu: porivniannia dosvidu Ukrainy i SShA [Main trends of fundraising: Comparison of the experience of Ukraine and the USA]. *Visnyk Skhidnoukrainskoho Natsionalnoho Universytetu Imeni Volodymyra Dalia* [Herald of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University], (6), 60–65.
10. Chyrkova, Yu. L., & Lysa, D. S. (2022). Rol fandraizynhu v umovakh rozshyrennia dzherel finansuvannia initsiatyv vitchyznianskykh subiektiv hospodaruvannia: mizhnarodnyi dosvid ta osoblyvosti zastosuvannia u chas viyny [The role of fundraising in the context of expanding sources of funding for initiatives of domestic business entities: International experience and features of application during the war]. *Menedzhment ta Pidpriemnytstvo v Ukraini: Etapy Stanovlennia ta Problemy Rozvytku* [Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Formation and Problems of Development], (2(8)), 312–319.
11. Grand View Research. (2025). *Crowdfunding Market (2025 - 2030): Market analysis report*. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/crowdfunding-market-report>
12. Verified Market Research. (n.d.). *Fundraising Market Size And Forecast*. <https://www.verifiedmarketresearch.com/product/fundraising-market/>
13. The Giving Institute. (2025). *Giving USA 2025 report: U.S. charitable giving grew to \$592.50 billion in 2024, lifted by stock market gains*. <https://givingusa.org/giving-usa-2025-u-s-charitable-giving-grew-to-592-50-billion-in-2024-lifted-by-stock-market-gains/>
14. Humeniuk, A., & Garmatiuk, O. (2023). Prospects for the development of fundraising activities in Ukraine. *SWorldJournal*, (21(2)), 54–57.
15. Charities Aid Foundation. (n.d.). *World Giving Index*. <https://www.cafonline.org/insights/research/world-giving-index>

Стаття надійшла до редакції / Received 12.05.2026  
Опубліковано / Published 31.05.2026

Прийнята до друку / Accepted 24.05.2026