

Страны Европы с самой доступной недвижимостью для жителей в 2011 г., лет [5]

Страна	Кол-во необходимых лет для приобретения недвижимости
Швеция	4,2
Бельгия	4,3
Германия	4,4
Кипр	5,13
Австрия	5,2
Швейцария	5,4
Турция	5,6
Финляндия	6,2
Нидерланды	6,5

В ТОП-рейтинг европейских стран с самой недоступной недвижимостью вошли: Черногория (жители должны откладывать зарплату в течение 30 лет), Белоруссия (28,1 лет) и Россия (26,1 лет) [5]. В 2013 году для инвестиций в рынок недвижимости будут доступны \$311 млрд. Это на 4% больше по сравнению с \$298 млрд. шесть месяцев назад. Из общемировой суммы доступного капитала, которая будет вложена в недвижимость, на США приходится \$139 млрд., на регион ЕМЕА (Европа, Ближний Восток и Африка) — \$58 млрд., на Азиатско-Тихоокеанский регион — \$35 млрд [6].

**Выводы.** Таким образом, можно сделать вывод, что развитие европейского рынка недвижимости в последующие периоды будет неравномерным. Прежде всего, будет продолжать падать спрос на жилье в странах со слабым уровнем экономического развития, а также в странах, которых в значительной степени затронул кризис в еврозоне. В остальных регионах, в том числе и мирового рынка спрос будет расти, что повлечет за собой рост цен.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Спивак Р.В. Взаимосвязь между развитием рынка недвижимости и реальной экономики / Р.В.Спивак // Проблемы и перспективы сотрудничества между странами в рамках ЧЭС и ГУАМ. – К.: КНУ им. Т.Шевченко, 2011. – С.671-675.
2. Официальный сайт Мирового Банка. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)
3. Официальный сайт Европейского комитета статистики. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>
4. Украинский банковский портал: новости. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://banker.ua/bank\\_news/world/](http://banker.ua/bank_news/world/)
5. Политика и финансы. Новостной портал. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.trust.ua/news>
6. Недвижимость Украины. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://est.ua/press/news/>

УДК 336.563:334.723

### ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФАНДРАЙЗИНГА В УКРАИНЕ

*Н.В. Губская, И.А. Ахновская*

*Резюме.* В данной работе рассмотрены особенности фандрайзинга, принципы его организации и перспективы развития в Украине. Установлено, что фандрайзинг является ключевым системообразующим моментом для обеспечения эффективного функционирования организаций.

*Ключевые слова:* фандрайзинг, финансирование, ресурсы, проект.

"Фандрайзинг" - понятие, хорошо известное узкому кругу лиц. Любой человек, имеющий хоть какое-то отношение к третьему сектору, знает о нем. В то же время широкому кругу населения этот термин практически ни о чем не говорит. Являясь заимствованным с английского (fund - средства, финансирование, raise - нахождение,

сбор), фандрайзинг представляет собой процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов организацией (преимущественно некоммерческой) с целью реализации как определённого социального проекта, так и серии проектов, объединённых одной общей идеей или же «вектором движения». Средства могут поступать от частных лиц, коммерческих организаций, фондов, правительственных организаций.

В Украине за последние годы возросло количество некоммерческих организаций (НКО). Причины создания НКО различны: это и развитие культуры, образования, помощь инвалидам, защита окружающей среды и так далее. Но основополагающая цель – способствование решению социальных проблем и гармонизации общества. Однако, зачастую, эти организации сами нуждаются в поддержке, которая может выражаться в денежном эквиваленте, в услугах специалистов, в работе волонтеров, а также в виде товаров и услуг. Проблема изыскания средств для организации или на реализацию конкретных проектов является основной, определяющей дальнейшее существование НКО. И здесь на помощь НКО может прийти фандрайзинг.

Среди ученых, занимающихся вопросом развития фандрайзинга в Украине и России, особое внимание следует уделить Т.В. Артемьевой и Г.Л. Тульчинскому, рассматривающим организацию и технологии эффективного привлечения средств на реализацию проектов и программ социально-культурной и научно-образовательной деятельности. Кроме того, исследованием фандрайзинга занимались такие ученые, как А.Крупин, А.Вербицкий, Ф.Хоу, М.Уорт, В.Матросов.

Целью данной статьи является обоснование необходимости и раскрытие перспектив развития фандрайзинга в Украине.

Организация фандрайзинга предполагает поиск потенциальных источников финансирования, обоснование потребности в средствах и увязку с интересами финансовых доноров: формирование, поддержание и развитие связей с финансовыми донорами, формирование общественного мнения в пользу поддержки деятельности организации.

Главной целью фандрайзинга является обеспечение осуществления социально значимой деятельности. К задачам фандрайзинга относятся сбор необходимых средств для реализации проектов, приобретение новых партнеров и друзей и возможность открыто заявить о себе и информировать о своих целях [1].

В экономическом пространстве Украины фандрайзинг – достаточно новое явление. Фандрайзинг предполагает поиск ресурсов, среди которых финансовые ресурсы занимают важное, но не единственное место. В целом можно выделить следующие виды ресурсов:

- финансы;
- материальные (техника, оборудование);
- информационные;
- человеческие (работа волонтеров).

Фандрайзинг может быть «внутренним» и «внешним». В первом случае разработкой и реализацией стратегии поиска финансирования сотрудники НКО занимаются самостоятельно. Во втором случае - это одно из направлений консалтинговой деятельности, когда поиск финансирования осуществляется посредством привлечения профессиональных консультантов по фандрайзингу. В этой роли могут выступать как независимые эксперты, так и специализированные фандрайзинговые фирмы [4].

Подготовка к фандрайзинговой кампании начинается обычно с того, что определяется, сколько и какие ресурсы необходимы, т.е. каковы предполагаемые расходы.

Для того, чтобы успешно «продать» проект или проектную программу, документ должен быть четко сформулирован и расписан. Таким образом, проект превращается в руководство к действию, в бизнес-план организации.

Эффективный проект должен учитывать 3 параметра:

- интересы клиента.;
- интересы «донора»;
- интересы организации.

Проект, заслуживающий финансирования, должен:

- быть ясным, четким;
- содержать фактические материалы, таблицы и, если нужно, схемы, другие материалы;
- быть важным - как для организации, так и для решения той проблемы, на которую данный проект направлен;
- быть реалистичным - предлагаемая работа должна быть выполнимой;
- быть экономичным - иметь хороший результат при малых затратах «донора»;
- быть актуальным - по возможности должен отвечать «модным» проблемам;

Для разработки успешного проекта необходимо последовательно сделать следующие шаги:

1. Определить проблему, которую следует решать в рамках проекта;
2. Поставить цель и сформулировать задачи проекта. *Цель проекта* - это отражение проблемы, показывающее неизмеримый в количественных показателях итог (результат) проекта, т.е. те изменения, которых стремится достичь организация в ходе проекта. *Задачи проекта* – конкретные, измеримые шаги к достижению цели. Задачи должны быть максимально конкретизированы. В них должны содержаться количественные данные о степени полезности проекта. Задачи должны указывать на конкретный результат;

Акцент в проекте всегда делается на ЦЕЛИ, а не на СРЕДСТВАХ (здание, оборудование, оплаченная ставка – это не цель проекта, а средства достижения цели).

3. Подобрать методы, реализация которых приведет к решению поставленных задач. *Методы* – наиболее важный раздел проекта. При разработке этого раздела проекта необходимо: обдумать роль каждого сотрудника, который будет задействован в реализации проекта, оценить, достаточно ли его квалификации для выполнения запланированных мероприятий;

4. Определить последовательность мероприятий и время, необходимое на их выполнение: хронологически выстроить все запланированные мероприятия,

определить, сколько времени вам потребуется для реализации всех мероприятий и решения поставленных задач;

5. Определить, какие количественные и качественные результаты будут достигнуты в результате реализации запланированных мероприятий. Целесообразно описать все результаты, но выбрать самые значимые. Следует ответить, насколько лучше/больше/меньше/сильнее стало и т.д.;

6. Посчитать общую стоимость проекта и сумму, необходимую для получения недостающих ресурсов. Если оценить необходимые ресурсы в денежном выражении, получим стоимость проекта;

7. *Дальнейшее развитие* - еще одна важная составляющая проекта. Организация, которая решит поддержать проект, хочет с самого начала иметь гарантию того, что начатая деятельность продолжится и после окончания проекта;

При разработке проекта следует обратить особое внимание на логику построения. Проект, в котором одни части (проблема, цели, задачи) не соответствуют другим (методы, результаты), заставляет задуматься о его реальности и необходимости, и способности автора его выполнить. Все в проекте должно быть строго взаимосвязано [2].

Таблица 1

Содержание этапов планирования фандрайзинговой деятельности

Этапы фандрайзинга	Составляющие этапа
1. Планирование	а) разработка содержательной программы привлечения средств; б) определение расходов организации на предстоящий период; – Выбор видов фандрайзинга.
2. Реализация	а) выбор методов проведения фандрайзинга; б) установление ответственности за проведение фандрайзинга; – Выделение средств на реализацию фандрайзинга.
3. Контроль	а) осуществление контроля за ходом реализации фандрайзинга; б) корректировка планов с учетом произошедших изменений.
4. Анализ	а) определение эффективности этапа планирования; б) анализ эффективности этапа реализации; – Оценка эффективности конечных результатов.

Фишер Хоу, член компании David Lavender/David Rice & Associates (консалтинговые услуги в области фандрайзинга и менеджмента), выделяет следующие пять основных принципов фандрайзинга. Они применимы независимо от того, обращаются ли предприятия с просьбой о корпоративных пожертвованиях, грантах фондов или личных пожертвованиях.:

1. Люди дают деньги людям. Имеет значение не столько организация, сколько то, кто привлечен к ее работе, и кто просит деньги. Потенциальным донорам – компаниям, фондам или частным лицам – интересен человеческий фактор любой заявки и любого взноса. За исключением масштабных общенациональных кампаний прямой рассылки, которые проводятся ради дела, затрагивающего интересы всей нации, организация может собрать значительные суммы только благодаря контактам между людьми. Даже в массовых кампаниях имеет значение то, какие люди к ним привлечены.

2. Люди дают деньги потому, что хотят. Это им приятно и вызывает у них чувство удовлетворенности – то есть вы не навязываетесь кому-либо с просьбой подумать о пожертвовании организации только потому, что вы считаете ее достойной. Осознание этой простой истины является, возможно, самым серьезным препятствием в работе попечителя, неохотно выполняющего обязанность фандрайзера. Обращаясь к людям с просьбой за деньгами, вы доставляете им удовольствие и льстите им.

3. Люди дают деньги только тогда, когда их об этом просят. Добровольные пожертвования редки. Общие призывы оказать помощь, без конкретного указания пожертвования, не дают результатов. Отсюда вытекает важный вывод: люди делают крупные пожертвования только тогда, когда их просят о крупных пожертвованиях. О конкретных суммах. В ходе кампаний по пополнению капитала самым важным и наиболее щекотливым аспектом является обращение к основному потенциальному донору с просьбой о крупном пожертвовании – как просить, какую сумму. Донор может не дать столько, сколько у него просят, но его не оскорбит сама просьба; и почти в любом случае пожертвование будет больше, чем если бы донора не попросили о более крупной сумме.

4. Люди дают деньги на финансирование возможностей, а не потребностей. Возможность помочь организации достичь цели или выполнить трудную задачу является более привлекательной, чем помощь для поправки финансового положения. Трудно собирать деньги только на покрытие дефицита.

5. Люди дают деньги успеху, а не нужде. Эффект победителя действует и в фандрейзинге: люди любят участвовать в успешной кампании, иметь дело с организацией, получающей все больше поддержки [5].

Наиболее традиционными источниками финансирования фандрайзинга являются:

– органы государственной власти и местного самоуправления;

– украинские и иностранные благотворительные фонды;

– украинские и иностранные коммерческие компании;

– частные жертвователи;

– членские взносы (только для членских организаций);

– другие некоммерческие организации;

– реализация товаров, услуг;

– доходы от сбора членских взносов.

В Украине 12.10.2012 г. состоялась конференция грантодателей и доноров «Программы и планы доноров на 2013 год: что ожидать». Организаторы ставили целью мероприятия сделать политику и программы доноров и грантодателей в Украине более прозрачными для общественных организаций, поскольку у большинства финансирующих организаций есть четко обозначенные задачи и сфера интересов. Спектр этих задач и интересов крайне разнообразен: от поддержки медицинских исследований и до выдачи стартового капитала для организации малых предприятий.

Организации-доноры различаются и по тем ограничениям и требованиям к отчетности, которые они требуют от своих грантополучателей.

Представители доноров ознакомили общественные организации с планами доноров и грантодателей на следующий год; способствовали общественным организациям правильно планировать свои политики и бюджеты на следующий год, ориентируясь на планы доноров.

Таким образом, фандрайзинг играет для организаций системообразующую роль, представляя собой деятельность по определению и поиску основных потенциальных каналов поступления финансовых ресурсов. Необходимость фандрайзинга является принципиальным вопросом нормального функционирования организаций. Конечным итогом фандрайзинга должно являться осуществление конкретных проектов, реализуемых организациями, при этом необходимо обозначать стремление к построению обоюдовыгодных отношений со спонсором.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Артемьева Т.В. Фандрайзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования / Т.В. Артемьева, Тульчинский Г.Л. – СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010. – 286 с.
2. Основы фандрайзинга [Электронный ресурс]: / NGO Futures, Ken Phillips, USA – Режим доступа: <http://www.sustainable-cities-net.org.ua/foundshow.php?id=53>
3. Особенности национального фандрайзинга [Электронный ресурс]: / В.В. Паньков. – Режим доступа: <http://grant-project.ru/publ/2-1-0-32>
4. Фандрайзинг: мифы и реальность [Электронный ресурс]: / В. Кучерносков. – Режим доступа: <http://test.eurekanet.ru/ewww2007/info/609.html>
5. Фандрайзинг для НКО [Электронный ресурс]: / А. Крупин, А. Вербицкий, Ф. Хоу, М. Уорт, В. Матросова. – Режим доступа: <http://grant-project.ru/publ/2-1-0-43>

УДК 336.012.23

### **КОНЦЕПТУАЛЬНІ І ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО МЕХАНІЗМУ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНИХ РЕФОРМ**

*Я.Р. Дехтяр, В.М. Білопольська*

*Резюме.* у статті дана економічна оцінка механізму управління соціальним захистом населення в Україні, проаналізовані джерела його фінансування, визначено коло проблемних питань у сфері соціального захисту населення та обґрунтована необхідність їх вирішення.

*Ключові слова:* соціальний захист, соціальна допомога, соціальне забезпечення, соціальне страхування, соціальні гарантії, показники економічного розвитку держави, макроекономічні показники, соціальні виплати, зведений бюджет, видатки на соціальний захист, фонд оплати праці, бюджет Пенсійного фонду України, пенсійне страхування, пенсійне забезпечення.

Сьогодні розвинена система соціального захисту населення є невід'ємною складовою соціальної політики держави, головною функцією якої є забезпечення високих стандартів рівня і якості життя населення. Недостатня вивченість та нерозробленість питання щодо механізму фінансування соціального захисту населення України, необґрунтованість проблем існуючої системи соціального захисту, вимагають подальшого теоретичного осмислення.

Актуальність досліджуваної проблеми продиктована низьким рівнем життя та високими показниками бідності в Україні, які не сприяють підвищенню рівня соціального захисту. Динаміка основних макроекономічних показників соціального захисту населення України за 2008-2011 роки представлені в таблиці 1.