

Ю. Л. Чиркова, Д. С. Лиса  
Національний університет “Львівська політехніка”

## **РОЛЬ ФАНДРЕЙЗИНГУ В УМОВАХ РОЗШИРЕННЯ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ІНІЦІАТИВ ВІТЧИЗНЯНИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ У ЧАС ВІЙНИ**

<https://doi.org/>

© Чиркова Ю. Л., Лиса Д. С., 2022

Обґрунтовано актуальність застосування інструментарію фандрейзингу для забезпечення ефективного функціонування організацій, зокрема суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), що потребують додаткового залучення ресурсів. Досліджено сутність поняття фандрейзингу, виокремлено його етапи та інструменти. Ідентифіковано особливості фандрейзингової діяльності у Сполучених Штатах Америки з позиції високого рівня розвитку демократичного суспільства. Проаналізовано варіант успішного залучення фінансових ресурсів на прикладі українського благодійного фонду “Повернись живим”. Виокремлено та перелічено рекомендації для вітчизняних підприємств-суб'єктів ЗЕД, які прагнуть залучити фінансові ресурси для соціально орієнтованих ініціатив.

**Ключові слова:** фандрейзинг, інструментарій, фінансування, суб'єкти господарювання, соціальна відповідальність, благодійний фонд “Повернись живим”, воєнний стан.

### **Постановка проблеми**

Серйозний кризовий період в Україні є наслідком початку повномасштабної російсько-української війни, яка, своєю чергою, спровокувала скорочення видатків держави на різні галузі. Також для вітчизняного бізнесу, у якому вже було запущено інтеграційні процеси до європейського простору, актуалізується потреба пошуку сучасних альтернативних шляхів фінансування деяких сфер своєї роботи. Впровадження фандрейзингу в практичну діяльність неприбуткових підприємств і організацій сприяє реалізації соціально значущих та науково-дослідних проектів шляхом забезпечення їх необхідними ресурсами. Саме застосування інструментарію фандрейзингу як складової роботи благодійних фондів може слугувати прикладом для вітчизняних підприємств, які прагнуть залучити певні ресурси для розробки чи реалізації соціально відповідальних проектів.

### **Актуальність дослідження**

Впродовж останніх восьми років, з моменту початку російсько-української війни, деякі волонтерські організації, що були створені для допомоги українській армії, змогли не просто розширити свою діяльність, а й трансформуватися у благодійні організації із визначеною структурою управління та напрямками діяльності. Для забезпечення ефективного функціонування таким суб'єктам необхідне стало залучення фінансових ресурсів, зокрема для середньо- та довгострокового планування своєї роботи. Фандрейзинг є одним зі способів накопичення ресурсів, зокрема фінансових. Саме різні форми співфінансування та фандрейзингу посилюють організацію фінансово та сприяють розширенню партнерства. Тому сучасні волонтерські організації є вдалим прикладом

застосування такого інструментарію. Власне, найчастіше за допомогою фандрейзингу залучаються кошти для благодійних фондів, громадських організацій тощо. Проте в сучасних реаліях українського підприємництва застосування інструментарію фандрейзингу може використовуватися для збереження та розвитку потенціалу вітчизняних компаній у воєнний час.

### **Формулювання мети та завдань статті**

Метою наукової статті є теоретичне дослідження інструментарію фандрейзингу на основі іноземного досвіду та вітчизняних прикладів для його впровадження на підприємствах для реалізації соціально відповідальних проєктів.

Виходячи із поставленої мети, необхідно вирішити такі завдання: узагальнити підходи науковців, які досліджували категорію “фандрейзингу”, проаналізувати особливості здійснення фандрейзингу в Україні та за її межами, а також розглянути приклад ефективної роботи вітчизняного благодійного фонду, що працює на засадах пожертв, для формування рекомендацій з імплементації набутого ним досвіду у діяльність комерційних бізнес-структур.

### **Аналіз останніх досліджень та публікацій**

В українському науковому просторі поняття “фандрейзингу” стало об'єктом дослідження у працях низки науковців, зокрема: Гавадзин Н. О. [1], Глебова А. О. [2], Чернявської О. В., Соколова А. М. [3], Строгаль М. О. [4], Бойчук М. Я. [5] та інших. Деякі вчені розглядають фандрейзинг як спосіб залучення фінансових та інших ресурсів. Інші ж вказують на мистецтво залучення ресурсів як визначення поняття. Також існує думка, що фандрейзинг виступає як процес залучення засобів виключно для соціально значимих проблем.

Проте у дослідженнях не наведено достатньої кількості прикладів вдалого застосування інструментарію фандрейзингу. Також події останніх шести місяців пришвидшили інтеграцію багатьох процесів, що давно практикуються в іноземних компаніях, в українські організації. Нові тенденції розвитку, зокрема, українського фандрейзингу, потребують вивчення та аналізу.

### **Виклад основного матеріалу дослідження**

Незважаючи на те, що фандрейзинг фактично здійснюється для збору коштів для некомерційних організацій, цей процес часто визначають як вид інвестицій при залученні інших джерел капіталу для комерційних фірм. Способи інтеграції фандрейзингу в структури різних організацій призводять до існування різних підходів до визначення самого поняття. У табл. 1 наведені міркування різних вітчизняних науковців щодо визначення фандрейзингу.

*Таблиця 1*

#### **Підходи до визначення поняття фандрейзингу, запропоновані різними авторами**

| Автор                                  | Трактування категорії “фандрейзинг”  |
|--|--|
| О. І. Шнирков, І. О. Мінгазутдінов [6] | Комплексна система заходів, що забезпечують пошук фінансових та матеріальних засобів, необхідних для реалізації проєктів.  |
| Н. О. Гавадзин, Ю. О. Кріцак [1]       | Комунікація, професіоналізм та вміння переконувати інших, що реалії сьогодення, діяльність підприємства чи бізнес ідея, вартує уваги і ресурсної підтримки.  |
| Н. Я. Бойчук, О. С. Солосіч [5]        | Система комплексних заходів з мобілізації та залучення матеріальних засобів (зокрема, фінансових) з метою впровадження соціально важливих проєктів, підтримки діяльності громадських або благодійних організацій, реалізації перспективних наукових розробок, яка може здійснюватися на всіх рівнях організації суспільства. |
| О. Я. Бабій [7]                        | Широка сфера діяльності, що охоплює залучення різних джерел коштів: донорських, членських, благодійних. Такий вид діяльності ще називається грантрайтинг.  |

О. В. Комаровський виділяє такі етапи фандрейзингу [8]:

- 1) ідентифікація соціально значущих проблем та завдань;
- 2) постановка мети; 3) сегментація громадськості на групи за критерієм відношення до соціально значущої проблеми;
- 4) вибір цільових сегментів;
- 5) розробка фандрейзингового комплексу для кожного сегменту;
- 6) організація фандрейзингової групи;
- 7) реалізація фандрейзингового комплексу;
- 8) оцінка результатів; зворотний зв'язок.

Для здійснення самого процесу фандрейзингу в рамках діяльності, зокрема, некомерційних організацій, використовують ряд інструментів: вуличні збори, заявки на грант, ендавмент (грошовий фонд, який створюється на підтримку певної справи, але за умови, що сума фонду не буде зменшуватися, а витратимуться лише відсотки від розміщення суми), краудсорсинг (делегування конкретних функцій невизначеному колу осіб; вирішення суспільно значущих проблем здійснюється за допомогою участі великої кількості добровольців, які частіше координують свої дії засобами інформаційних технологій), краудфандинг (колективна співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси, як правило, через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій), особисті зустрічі, партнерські проекти, реклама, публічні збори, листи до благодійників, членські внески, телефонне спілкування [3].

В українській науці і практиці термін “фандрейзинг” запозичено із Сполучених Штатів Америки, де він використовується кілька десятиліть, і переважно є характерним для некомерційних недержавних організацій. Для останніх основною метою діяльності є не отримання прибутку, а вирішення різних соціальних завдань.

Американські фізичні особи, корпорації та фонди можуть скористатися податковою знижкою США, яка дозволяє донорам вираховувати благодійну пожертву для неприбуткових організацій зі свого оподаткованого доходу та зменшувати податок, який вони сплачують. Ця особливість та високий рівень розвитку демократичного суспільства в країні у формі культури “давати та віддати” громаді є головними причинами існування великої кількості благодійних фондів у США та значної популярності пожертв серед населення, адже, замість сплати податку у державну казну, громадянин може обрати певний фонд, куди відправляться ці кошти.

Серед особливостей, які пов'язані із компаніями, що займаються фандрейзинговою діяльністю у США, можна виділити, зокрема, такі [9]:

1) важливість іміджу і хорошої репутації – залучення підприємця до проблем суспільства надає йому перевагу. Репутація підприємства не залежить від того, наскільки успішним є бізнес з точки зору прибутку чи його капіталізації. Це багато в чому залежить від того, наскільки соціально обізнаним і відповідальним є бізнес та як він взаємодіє з громадою, в межах якої функціонує. Дії бізнесу щодо громади є вирішальними факторами для формування його іміджу;

2) відмінність від конкурентів: коли бізнес залучається до спільноти, через збір коштів чи волонтерську роботу, він отримує провідну роль у громаді. Такі підприємства отримують перевагу над своїми конкурентами, які ще не запровадили практики громадських пожертвувань;

3) завоювання лояльності клієнтів: сьогодні американців дедалі більше хвилює ставлення бізнесу до суспільства. Люди хочуть асоціюватися лише з такими підприємствами, які демонструють соціально відповідальну поведінку у своїй бізнес-практиці. З огляду на те, що інформація швидко поширюється в Інтернеті через блоги, соціальні мережі тощо, компанії змушені позитивно залучатися до спільноти та реагувати на виклики швидко. Дослідження, проведене Nielson Group, показало, що 55 % споживачів готові платити вищу ціну за послугу чи продукт, якщо компанія, у якої вони купують, вважається екологічно чи соціально відповідальною [10];

4) інформаційні технології допомагають неприбутковим організаціям (НПО) підтримувати комунікацію з донорами. Інтернет є одним із найкращих інструментів для збору коштів. Соціальні

мережі, блоги, вебсайти, розсилка на електронні пошти, телебачення, інтернет-ЗМІ, радіо є основними технологічними інструментами для збору коштів;

5) проведення фізичних заходів: спеціальні події, концерти, спортивні заходи, обіди, благодійні вечери, гала-концерти є важливими інструментами збору коштів для НПО. Саме ця особливість не є притаманною українському суспільству, проте є популярною й ефективною в американському.

Фандрейзери просувають такі події за допомогою різних видів реклами. Адміністратори та дослідники НПО аналізують минулі методи збору коштів на спеціальних заходах і приймають рішення щодо майбутнього збору коштів. Збір коштів неможливий для визнання донорів. Для цього необхідні постійні зустрічі, декларування можливостей, щорічні звіти, підвищення обізнаності громадськості через ЗМІ, спонсорські заходи.

Активний розвиток громадянського суспільства спонукає поширення діяльності неприбуткових організацій і в Україні. Такі організації функціонують як соціальні посередники-реалізатори важливих у соціумі програм, фактично діючи між бізнесом, громадянами та державою. Це вказує на важливість розвитку такого сектору економіки для суспільства загалом.

В Україні існують певні проблеми, що виникають у процесі функціонування фондів та НПО. Здебільшого вони пов'язані із недовірою до керівництва таких організацій, сумнівами щодо прозорості роботи, ризику недобросовісного привласнення коштів. Здебільшого причиною такого сприйняття є відсутність соціального іміджу, нездатність налагоджувати ефективні інформаційні зв'язки, низький рівень організаційної компетентності. Фандрайзинг використовується, зокрема, як вирішення таких проблем, тому його впровадження є логічним етапом процесу ефективного функціонування організацій.

Останні десятиліття фандрейзинг в Україні існував у стосунку до будівництва церков, створення музеїв, видавництва книг, допомоги хворим дітям тощо. Проте з 2014 року, з початком російсько-української війни, почалося активне заснування благодійних фондів для допомоги армії.

Лідерами фандрейзингу серед державних інституцій стали Національний банк України та Міністерство цифрової трансформації. Проте недержавним фандрейзерам вдалося зібрати у рази вищі суми, якими вони коли-небудь оперували. Найбільші публічні фонди, громадські організації та приватні ініціативи, які залучали гроші у фізичних осіб та компаній на потреби армії чи українців, постраждалих від війни, наведені на рис. 1 із зазначенням зібраних сум станом на початок квітня 2022 року.



*Рис. 1. Ключові фандрейзери за обсягами залучення фінансових ресурсів під час повномасштабної російсько-української війни (станом на квітень 2022 р.)*

Одним із найвідоміших благодійних фондів України сьогодні є “Повернись живим” – фонд компетентної допомоги армії. Організація декларує, що її мета – зробити Збройні Сили України ефективнішими, зберегти життя військових та системно протидіяти ворогові шляхом закупівлі обладнання, яке допомагає рятувати життя військових, зокрема, тепловізійної оптики, квадрокоптерів, автомобілів, систем захисту та розвідки. З початку лютого 2022 р. на рахунки фонду надійшло понад 3,5 млрд гривень [11].

За декілька днів до повномасштабного вторгнення, коли українці почали перераховувати рекордні суми, працівники “Повернись живим” контрахували небачені обсяги потрібних товарів військового призначення. Вже з березня 2022 р. керівництво фонду не стало очікувати прийдешнього падіння спроможності громадян жертвувати свої гроші в той час, як потреби військових тільки зростали, та активніше почало розвивати напрямок фандрейзингу. Саме департамент розвитку та партнерства фонду “Повернись живим” займається залученням коштів бізнесу для потреб армії для диверсифікації джерел надходження пожертв.

Оскільки благодійний фонд починав свою діяльність у волонтерській формі, то саме перетворення волонтерів на працівників фонду (важлива саме поява фінансової мотивації) вплинуло на розвиток їхніх компетенцій для ефективної роботи. Тому окремим важливим напрямком роботи є фандрейзинг коштів на утримання персоналу фонду, забезпечення роботи колективу, оренди офісу та інших адміністративних витрат.

У березні 2022 року фонд “Повернись живим” став першою благодійною організацією України, яка отримала ліцензію на закупівлю товарів подвійного та військового призначення, в тому числі летального озброєння. Тож завдяки цьому організація має змогу укладати та реалізовувати міжнародні угоди загальною вартістю у сотні мільйонів гривень. Зокрема, цей фонд допомоги армії першим в Україні придбав безпілотний авіаційний комплекс Bayraktar TB2, загальною вартістю понад 16,5 млн. доларів США, що стало його найбільшою покупкою. У планах розвитку організації є відкриття представництва у США для залучення підтримки від партнерів та розширення роботи. Зокрема, “Повернись живим” уже провів спільний фандрейзинговий захід із партнерами Ripley’s Heroes [12].

Фандрейзинг є сучасним методом формування фінансово-матеріальної бази для розвитку соціальних програм, які можуть впроваджувати підприємства. Успіх реалізації різних форм фандрейзингу багато в чому залежить від здатності фандрейзерів донести до потенціальних донорів привабливість запропонованих проєктів, можливих перспектив партнерства, наявність спільних інтересів [13].

Враховуючи іноземний досвід та вдалі українські практики, можна сформулювати перелік рекомендацій для комерційних організацій щодо можливостей розширення джерел фінансування їх функціонування та розвитку на засадах фандрейзингу. Вітчизняний бізнес, який прагне до залучення фінансових ресурсів для соціально орієнтованих проєктів, повинен керуватися базовими принципами та сучасними інструментами ведення фандрейзингової діяльності. Ними є, зокрема:

1. Прозорість та відкритість: мета збору коштів, сам процес та подальші витрати для виконання початкового проєкту у вигляді звітності мають бути публічними.

2. Залучення інтерактивних методів подачі інформації: сучасні інформаційні технології та розвиток соціальних мереж дозволяє в цікавій та доступній формі заохотити донорів до пожертв.

3. Проста процедура перерахування благодійних внесків та їх незначний розмір: коли мова йде про пожертви від громадян, варто наголошувати на важливості вкладу кожного, бодай за рахунок незначної суми.

4. Акцент на вирішальний вплив емоційної складової на прийняття рішень: не дарма фандрейзингову кампанію часто порівнюють із PR-кампаніями. Влучний опис соціальної проблеми, яку вирішить конкретний проєкт, її візуалізація чи пояснення важливості здатні викликати у донора емоції, що можуть призвести до рішення на користь пожертви.

В процесі поєднання усіх цих елементів можна отримати велику кількість разових внесків, що дає змогу, окрім залучення значних коштів у певний проєкт, викликати позитивні зрушення у системі світогляду окремих людей.

### **Висновки**

Із врахуванням розвитку громадянського суспільства в Україні фандрейзинг є вдалим інструментом реалізації соціальних ініціатив. Проведений аналіз вказує, що для вдалої реалізації соціальних ініціатив необхідні досконале володіння та практичне застосування методів сучасної фандрейзингової діяльності.

Розвитку вітчизняного фандрейзингу як інструменту пошуку джерел ресурсів тим, хто їх потребує, сприяє зростання ролі неприбуткових організацій, які здатні допомагати державі, як під час війни, так і у подальшому вирішенні соціальних проблем та підтримці науково-дослідних робіт. Для перетворення фізичних та юридичних осіб на донорів, фандрейзер повинен провести ретельно сплановану, впорядковану, із застосуванням поступового аналізу та контролю роботу, результатом якої є обґрунтування актуальності, унікальності та цінності реалізації саме його пропозиції взамін задоволенню якоїсь із мотиваційних потреб донора.

Враховуючи вищенаведене, мета фандрейзера – це не “випрошування” коштів, а розробка системи таких заходів й методів, що вимагають високого рівня володіння знаннями і навичками у різних галузях: проєктній діяльності, маркетингу, правовому регулюванні, менеджменті, PR тощо.

Інтеграції процесу фандрейзингу в українські компанії можуть сприяти дослідження та впровадження зарубіжного досвіду з цієї сфери, наприклад, американських особливостей фандрейзингу: проведення фізичних заходів, метою яких є заохочення до благодійності; застосування програмного забезпечення з фандрейзингу; підвищення ролі репутації організацій у суспільстві та уваги на соціальну відповідальність компаній. Також потрібним є поширення знань про сутність та переваги такої діяльності серед населення через вивчення дисципліни “фандрейзинг” у вищих закладах освіти, проведення тренінгів, конференцій, випуску статей тощо.

### **Перспективи подальших досліджень**

Подальші дослідження в межах заданої тематики будуть зосереджені на формуванні комплексної системи фандрейзингу в розрізі ключових її елементів та взаємозв'язків між ними, яка має стати безпосереднім елементом системи фінансування соціально спрямованих ініціатив організацій, як неприбуткових, так і господарських, що особливо актуально у воєнний час.

### **Список використаних джерел**

1. Гавадзин Н. О., Кріцак Ю. О. Фандрейзинг в умовах воєнного часу. *Причорноморські економічні студії*. 2022. Вип. 74. С. 182–186.
2. Глебова А. Сучасні теоретичні та практичні аспекти процесу організації фінансування соціально важливих проєктів на основі фандрейзингу. *Проблеми економіки*. 2013. № 4. С. 206–211.
3. Чернявська О., Соколова А. Фандрайзинг : навч. посіб. Вид 2-ге. Київ, 2015. 272 с.
4. Строгаль М. О. Благодійність і фандрейзинг: зарубіжний досвід. *Культура України. Сер. Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 46–56.
5. Бойчук Н., Солосіч О. Фандрайзинг як сучасний метод реалізації соціально важливих ініціатив. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Вип. 27. С. 7–10.
6. Шнирков О. Фандрайзинг: основні особливості та форми : метод. посіб. Київ: Ін-т міжнар. відн. КНУ ім. Т. Шевченка, 2000. 50 с.
7. Бабій О. Посібник з фандрейзингу для бізнес-об'єднань : посіб. Київ, 2017. 168 с.
8. Комаровський О. В. Фандрейзинг у питаннях, відповідях та цитатах : навч. посіб. Луганськ: 2007. 54 с.
9. Corporate Sponsorship. National Council of Nonprofits : вебсайт. URL: <https://www.councilofnonprofits.org/tools-resources/corporate-sponsorship> (дата звернення: 17.09.2022).

10. Fundraising in Business. Vakilsearch : вебсайт. URL: <https://vakilsearch.com/blog/fundraising-in-business/> (дата звернення: 08.09.2022).
11. Звітність. Повернись живим : вебсайт. URL: <https://savelife.in.ua/reports/> (дата звернення: 08.09.2022).
12. “Повернись живим” отримав ліцензію на закупівлю летального озброєння. Повернись живим : вебсайт. URL: <https://savelife.in.ua/materials/news/povernys-zhyvum-otrymav-litsenziyu-na-za/> (дата звернення: 17.09.2022).
13. Брайсон Дж. Стратегічне планування для державних і неприбуткових організацій: пер. з англ. Львів, 2004. 352 с.

### References

1. Havadzyn N. O., Kritsak Yu. O. (2022). Fandreizynh v umovakh voiennoho chasu. [Fundraising in wartime conditions]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, 74, 10—14. doi: I: <https://doi.org/10.32843/bses.74-27> [in Ukrainian].
2. Hliebova A. (2013). Suchasni teoretychni ta praktychni aspekty protsesu orhanizatsii finansuvannia sotsialno vazhlyvykh proektiv na osnovi fandreizynhu [Modern theoretical and practical aspects of the process of organizing the financing of socially important projects based on fundraising], *Problemy ekonomiky*, 4, 206–211 [in Ukrainian].
3. Cherniavska O., Sokolova A. (2015). Fandraizynh. [Fundraising]. Kyiv: Alerta [in Ukrainian].
4. Strohal M. O. (2016). Blahodiinist i fandreizynh: zarubizhnyi dosvid [Charity and fundraising: foreign experience]. *Kultura Ukrainy. Kulturolohiia*, 52, 46–56 [in Ukrainian].
5. Boichuk N., Solosich O. (2017). Fandraizynh yak suchasnyi metod realizatsii sotsialno vazhlyvykh initsiatyv [Fundraising as a modern method of implementing socially important initiatives]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, 27, 7–10 [in Ukrainian].
6. Shnyrkov O. (2000). Fandraizynh: osnovni osoblyvosti ta formy. [Fundraising: main features and forms]. Kyiv: Instytut mizhnar. vidn. KNU im. T. Shevchenka [in Ukrainian].
7. Babii O. (2017). Posibnyk z fandreizynhu dlia biznes-obiednan. [Fundraising guide for business associations]. Kyiv [in Ukrainian].
8. Komarovskiy O. V. (2007). Fandreizynh u pytanniakh, vidpovidiakh ta tsytatakh. [Fundraising in questions, answers and quotes]. Luhansk [in Ukrainian].
9. Corporate Sponsorship. (2021). National Council of Nonprofits. Retrieved from <https://www.councilofnonprofits.org/tools-resources/corporate-sponsorship> [in English].
10. Fundraising in Business. (2022). Vakilsearch. Retrieved from <https://vakilsearch.com/blog/fundraising-in-business/> [in English].
11. Zvitnist. (2022). Povernys zhyvym [Come Back alive]. Retrieved from <https://savelife.in.ua/reports/> [in Ukrainian].
12. “Povernys zhyvym” otrymav litsenziiu na zakupivliu letalnoho ozbroiennia. (2022). Povernys zhyvym. [Come Back alive]. Retrieved from <https://savelife.in.ua/materials/news/povernys-zhyvym-otrymav-litsenziyu-na-za/> [in Ukrainian].
13. Braison Dzh. (2004). Stratehichne planuvannia dlia derzhavnykh i neprybutkovykh orhanizatsii. [Strategic planning for public and non-profit organizations]. Lviv [in Ukrainian].

Yu. I. Chyrkova, D. S. Lysa  
Lviv Polytechnic National University

### THE ROLE OF FUNDRAISING IN THE CONTEXT OF EXPANDING SOURCES OF FINANCING FOR THE INITIATIVES OF DOMESTIC BUSINESS ENTITIES: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND PECULIARITIES OF IMPLEMENTATION IN THE WARTIME

© Chyrkova Yu. I., Lysa D. S., 2022

During the last eight years, since the beginning of the Russian-Ukrainian war, some volunteer organizations that were created to help the Ukrainian army were able not only to expand their activities, but also to transform into charitable organizations with a defined management structure and

areas of activity. In order to ensure the effective functioning of such entities, it is necessary to attract constantly financial resources, in particular, for medium- and long-term planning of their work. Fundraising is one of the ways to accumulate resources, particularly financial. There are various forms of co-financing and fundraising that strengthen the organization, including those ones engaged in foreign economic operations, both financially and contribute to the expansion of partnership. Therefore, modern volunteer organizations are a successful example of such tools implementation. In fact, funds are most often raised for charitable foundations, public organizations, etc. with the help of fundraising. However, in the modern realities of Ukrainian entrepreneurship, the use of fundraising tools can be used to preserve and develop the potential of domestic companies engaged in foreign economic operations in wartime.

It was found that various scientists define the concept of fundraising as a complex system of activities or a method of communication. It has also been clarified which tools are used to implement the fundraising process within the framework of the activities of non-profit organizations and those engaged in foreign economic operations.

Some peculiarities of fundraising activities in the United States of America were identified in terms of the high level of development of a democratic society, in particular, the importance of image, gaining customer loyalty, and holding physical events. By the way, an example of the successful attraction of financial resources by the charitable foundation “Povernys zhyvym” (“Come Back Alive”) as one of the most famous in Ukraine is given. Recommendations for domestic enterprises engaged in foreign economic operations seeking to attract financial resources for socially oriented projects are highlighted and listed.

**Key words:** fundraising, instruments, financing, business entities, social responsibility, charitable foundation “Povernys zhyvym” (“Come Back Alive”), wartime.