

■ УДК 338.246.027:008

М. О. Строгаль, аспірант, Харківська державна академія культури, м. Харків

ФАНДРЕЙЗИНГ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ: АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

Розглянуто відносно новий для України вид діяльності — фандрейзинг, за допомогою якого можливе залучення коштів для соціально-культурної сфери. Проаналізоване розуміння різними дослідниками поняття «фандрейзинг». Виявлено, що означене поняття відтворює механізм соціально орієнтованої взаємодії держави, підприємництва, некомерційних організацій та приватних осіб з метою спільного добровільного вирішення соціально-культурних завдань. Розглянуто підходи щодо визначення основних етапів здійснення фандрейзингової діяльності та їх змісту. Досліджено об'єкти фандрейзингу — донори, їх класифікація та способи взаємодії з ними. Установлено, що у вітчизняній літературі вивчення фандрейзингу перебуває на стадії розуміння його сутності, цілей і складових.

Ключові слова: фандрейзинг, джерела та література, сфера культури, неприбуткові організації, благодійництво, спонсорство.

М. А. Строгаль, аспірант, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ФАНДРЕЙЗИНГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ: АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Рассматривается относительно новый для Украины вид деятельности — фандрейзинг, с помощью которого возможно привлечение средств для социально-культурной сферы. Проанализировано понимание различными исследователями понятия «фандрейзинг». Виявлено, что данное понятие воспроизводит механизм социально ориентированной взаимодействия государства, предпринимательства, некоммерческих организаций и частных лиц с целью совместного добровольного решения социально-культурных задач. Рассмотрены подходы к определению основных этапов осуществления фандрейзинговой деятельности и их содержания. Исследованы объекты фандрейзинга — доноры, их классификация и способы взаимодействия с ними. Выяснилось, что в отечественной литературе изучение фандрейзинга находится на стадии понимания его сущности, целей и составляющих.

Ключевые слова: фандрайзинг, источники и литература, сфера культуры, неприбыльные организации, благотворительность, спонсорство.

M. O. Strohal, postgraduate student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

FUNDRAISING IN THE SPHERE OF CULTURE: ANALYSIS OF REFERENCES

The paper deals with a relatively new for Ukraine kind of activity, i.e. fundraising that helps gather voluntary contributions of money for the social and cultural sphere. The definitions of the concept of "fundraising" given by various researchers are analyzed. It is pointed out that this concept reproduces the mechanism of socially oriented interaction between the state, business, non-profit organizations and individuals with the aim of joint voluntary solving of socio-cultural problems. The approaches concerning the main stages of fundraising activities and their contents are examined. The objects of fundraising (donors), their classification and ways of interacting with them are investigated. It has been found that the study of fundraising in Ukrainian literature is at the stage of understanding its nature, objectives and constituent elements.

Key words: fundraising, references, the sphere of culture, non-profit organizations, charity, sponsorship.

Постановка проблеми. У період кризових явищ в економіці державне фінансування не може забезпечити навіть незначної частини потреб культурної сфери. Саме тому пошук додаткових джерел фінансування, або фандрейзинг, стає дедалі важливішим для розвитку культури.

Останнім часом українське суспільство стало відкритішим для активного розвитку міжнародних зв'язків, долучення нових ідей і застосування позитивного досвіду інших країн, що й надало можливості розвивати фандрейзинг — діяльність у сфері пошуку фінансових коштів, ресурсів та послуг — як нове, важливе й надзвичайно своєчасне явище. Цей процес тісно пов'язаний з новим етапом розвитку некомерційних громадських організацій, благодійної діяльності, яка, маючи давню історію в Україні, визнана в радянський період як непотрібне й ідеологічно чуже явище. Безліч із таких організацій працює в соціальній і культурній сферах, що ставить питання про механізми фінансування без участі держави та пошуку коштів з альтернативних джерел.

Існує безпосередній зв'язок процесу вивчення означеної проблеми з важливими науковими та практичними завданнями. Фандрейзинг — нове поняття в українській науці, при цьому відоме європейським і американським ученим, а також фахівцям з проєктного менеджменту. У широкому сенсі під фандрейзингом можна розуміти процес пошуку і залучення ресурсів з різними цілями, що є актуальним у сучасному середовищі вітчизняної культури

й економіки. Фандрейзинг як явище визначається як наука й культура, теорія і практика, певна філософія, культурологія і психологія, а також ототожнюється зі специфічним видом діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням розвитку фандрейзингу присвячено праці провідних вітчизняних та зарубіжних фахівців: Т. В. Артем'євої, А. Л. Балашової, О. В. Башун, А. Дж. Дугласа, Л. Є. Золотової, К. Келли, О. В. Комаровського, С. Куц, Г. Л. Тульчинського, П. Холл, Ф. Хоу, О. В. Чернявської та ін.

Водночас розробці теоретичних та вдосконаленню практичних аспектів використання фандрейзингу у сфері культури і нині приділяється недостатньо уваги, що потребує додаткових досліджень у цьому напрямі.

Мета статті. Зважаючи на це, мета статті — здійснити історіографічний аналіз питань щодо розкриття сутності фандрейзингу, пошук методичних підходів стосовно його визначення й алгоритму реалізації.

Об'єктом дослідження є фандрейзинг у сфері культури як ефективний інструмент пошуку та залучення недержавних ресурсів. Предмет — визначення ступеня висвітлення теоретичного контексту механізму дії фандрейзинг — це в наявній літературі, зокрема у сфері культури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін фандрейзинг походить від англійського fundraising (словосполучення англійських слів fund (кошти, фонди) і raise (піднімати, збільшувати)) — залучення ресурсів, коштів. У широкому сенсі фандрейзинг — це діяльність, спрямована на пошук фінансових коштів, людських ресурсів (часу, всіляких послуг, обладнання) і т. ін., необхідних для забезпечення будь-якої діяльності. У вузькому сенсі під фандрейзингом розуміється залучення коштів з альтернативних джерел для формування грошових фондів, який зводиться до пошуку інвесторів. Слід зазначити, що останніх здебільшого залучають під проекти, кінцева мета яких — отримання прибутку. Визначальною особливістю фандрейзингу взагалі, зокрема у сфері культури, є те, що кошти залучаються на некомерційні проекти, які покликані здійснювати різні види некомерційних організацій. Питання отримання прибутку для них є другорядним. І основною метою є не формування основних фондів, а забезпечення діяльності, насамперед у сфері культури.

Галузь фандрейзингу є практично новою для нашої країни. Сучасний фандрейзинг в Україні почався практично в 1990-х рр. Цей термін запозичено зі США, де він використовувався протягом десятиліть переважно у сфері залучення фінансування до так званого третього сектора (некомерційні недержавні організації).

Визначення терміна «фандрейзинг» у працях теоретиків фандрейзингової діяльності розглядається по-різному. Так, партнерство громад «Фундація Україна — США» зазначає, що фандрейзинг — це мистецтво залучення коштів приватних осіб чи благодійних організацій, які надають фінансові ресурси у вигляді грантів; процес збору коштів та інших ресурсів, які використовуються, здебільшого, для реалізації соціально значимих програм [11, с. 6]. О. І. Шнирков, І. О. Мінгазутдінов у своїх працях стверджують, що фандрейзинг — комплексна система заходів, які забезпечують пошук фінансових та матеріальних засобів, необхідних для реалізації некомерційних проектів [16, с. 2]. Т. В. Артем'єва наголошує: фандрейзинг — діяльність щодо залучення й акумуляування оборотних коштів, необхідних для реалізації некомерційних проектів і програм [1, с. 7]. О. В. Чернявська вказує, що фандрейзинг — це професійна діяльність щодо мобілізації фінансових та інших ресурсів з різноманітних джерел для реалізації соціально значущих і науково-дослідницьких неприбуткових проектів, яка потребує спеціальних знань та навичок фандрайзера, що можуть вплинути на прийняття позитивного рішення донора [15, с. 10].

Узагальнюючи ці й інші визначення, найповніше, на нашу думку, розкриватиме досліджувану категорію таке визначення: фандрейзинг — це механізм соціально орієнтованої взаємодії держави, підприємництва, некомерційних організацій та приватних осіб з метою спільного добровільного вирішення соціально-культурних завдань.

Серед основних завдань фандрейзингу більшість дослідників виокремлюють такі: залучення ресурсів для реалізації цільових програм, соціально значущих та наукових проектів; аналіз ефективності діяльності організації; ефективність й моніторинг проекту; визначення нових ідей для майбутніх програм; підтримка цільових груп і допомога в самореалізації індивідів; підвищення іміджу організації та зміцнення довіри громадськості до неї; інформування громадськості щодо проблем, які вирішує організація [2; 7; 10; 11].

Більшість дослідників звертає увагу на визначення основних етапів фандрейзингу та розкриття їх змісту. Наприклад, В. А. Баррежєв, С. Леликов, С. Є. Орлова описують їх таким чином: планування; реалізація; контроль; аналіз ефективності етапу планування [12, с. 42]. Фундація «Україна — США» групує наступні складові етапів фандрейзингу: потреби; пошук; звернення; результат [11, с. 9]. О. В. Башун поділяє фандрейзинг на такі етапи: ідентифікація; стратегія; клопотання; опікунство [2, с. 104].

О. В. Комаровський виокремив вісім етапів: ідентифікація соціально значущих проблем (завдань); мета; сегментація громадськості на групи за критерієм ставлення до соціально значущої проблеми; вибір цільових сегментів; розробка фандрейзингового комплексу для кожного сегмента; організація фандрейзингової групи; реалізація фандрейзингового комплексу; оцінка результатів; зворотний зв'язок [7, с. 7].

О. В. Чернявська, А. М. Соколова запропонували алгоритм, який передбачає розвиток проекту від зародження ідеї в неприбутковій організації до його реалізації та встановлення зворотного зв'язку з донором [15, с. 71].

Таким чином, кожний із наведених підходів до відокремлення етапів фандрейзингу має свої особливості, які здебільшого відрізняються суттю поняття, яке автор обирає за основу. Тобто фандрейзинг визначається як пошук фінансових ресурсів або як наука про успішне переконання інших у тому, що діяльність організації заслуговує уваги і підтримки.

Об'єкти фандрейзингу — це різні категорії донорів, основними з яких є благодійні фонди, приватні особи, корпорації та бізнес-структури. Способи взаємодії з донорами в літературі розглядаються по-різному. Так, О. В. Башун класифікує донорів на: фонди; державних, «напівприватних» та приватних [2, с. 110]. О. В. Комаровський наголошує, що першочерговим завданням на початку фандрейзингової діяльності є виявлення мотивів донорства, та наводить перелік основних мотивацій донорства [7, с. 10]. Але слід відзначити, що цей перелік мотивів доцільно доповнити тими, які наводяться в літературі з фандрейзингу: «філантропія» — допомога за «покликом серця»; особиста зацікавленість у вирішенні проблеми; прямий зиск (податкові пільги); значний суспільний інтерес до проекту; реклама; підтримання позитивної репутації; амбіції; релігійні мотивування тощо.

Щоб перетворити потенційних донорів на донорів, фандрейзеру необхідно здійснити ретельно сплановану, організаційно впорядковану, з використанням поетапного аналізу та контролю роботу, результатом якої є обґрунтування актуальності, унікальності та цінності реалізації саме його пропозиції, натомість задовольняючи мотиваційну потребу донора.

О. В. Комаровський зазначає, що процес планування екстенсивної програми залучення потенційних донорів до організації для надання коштів називається «культивацією». «Секрет успіху — культивувати потенційних донорів так, наче б вони самі хотіли, щоб їх культивували» [7, с. 10].

О. В. Башун, досліджуючи фандрейзинг для бібліотек, наводить основні риси, які повинен мати фандрейзер: ентузіазм; агресивність, але прихована; гнучкість; урівноваженість; терпіння; чіткість; оптимізм; власний стиль; талант; патріотизм [2, с. 126].

С. Куц визначила основний цикл роботи з донорами, який має чотири етапи, що завжди повторюються: знаходження, вирощування, запит пожертв, управління [9, с. 47]. На основі циклу взаємодії будується піраміда фандрейзингу, яка ілюструє подальший цикл співпраці донора з організацією [9, с. 48].

Крім того, значну увагу науковці приділили правилам успішного та причинам невдалого фандрейзингу. О. В. Комаровський описав вимоги, яким має відповідати фандрейзингова діяльність [7, с. 7]. Відомі американські фандрейзери Дж. Дуглас Александер і Кристина Дж. Карлсон спростили та навели дев'ять принципів успішного фандрейзингу, якими вони особисто керуються у власній практиці [5, с. 2]. Т. Крупський наводить десять правил успішного фандрейзингу [8, с. 3]. Також О. В. Комаровський та Т. Крупський указують на основні помилки фандрейзингової діяльності [7, с. 16; 8, с. 4].

Слід назвати російських учених, котрі досліджували фандрейзинг у соціальній сфері. Наприклад, Л. Є. Золотова трактує фандрейзинг для закладів культури й мистецтва як залучення ресурсів із зовнішніх, недержавних джерел і позначає поняття «корпоративний фандрейзинг» як «вид діяльності організації мистецтва із залучення фінансових та інших коштів на ті чи інші потреби організації з корпоративного сектора» [6, с. 105]. Автор розглядає взаємодію з підприємництвом на основі спонсорства або меценатства — особливої форми благодійності.

Подібної позиції дотримують науковці Т. В. Артем'єва і Г. Л. Тульчинський, котрі трактують фандрейзинг як технологію соціального партнерства. Як форми взаємодії підприємництва з некомерційними організаціями визначені благодійність і спонсорство [1, с. 138].

У працях американських дослідників головна увага приділяється практичним аспектам розвитку фандрейзингу, вивченню мотивів благодійності, пошуку та розробці успішнішої стратегії взаємодії некомерційної організації з потенційним донором, методами підвищення ефективності фандрейзингу [17-21].

Висновки. На основі вищевказаного можна дійти певних висновків у контексті проблематики статті.

– Фандрейзинг — новий вид діяльності для українського суспільства — являє собою зарубіжну концепцію, на яку, починаючи з 1990-х рр., звернули увагу вітчизняні практики в умовах

необхідності забезпечення економічної стабільності організацій соціально-культурних галузей. Однак нині фандрейзинг як практичний і, особливо, теоретичний феномен залишається маловивченим. Особливої значущості фандрейзинг набуває в діяльності вітчизняних організацій культури, місія яких спрямована на максимізацію культурного ефекту.

– Поняття фандрейзинг розкриває механізм соціально орієнтованої взаємодії держави, підприємництва, некомерційних організацій та приватних осіб з метою спільного добровільного вирішення соціально-культурних завдань.

– Аналіз вітчизняної літератури, присвяченої проблемі фандрейзингу, засвідчив, що більшість праць — це методичні та практичні посібники, а також довідники, призначені для формування і розвитку практичних навичок фандрейзингу. У певних виданнях містяться додатки із зазначенням списку організацій, що надають гранти, та методичними рекомендаціями з написання заявок [7; 15]. Нечисельні автори досліджують фандрейзинг з послідовною побудовою науково-теоретичних положень [9; 15; 16].

Загалом, у вітчизняній літературі вивчення фандрейзингу перебуває на стадії розуміння його сутності, цілей і складових — видів та джерел ресурсів, методів і умов взаємодії, специфіки формування контактів. При цьому увага зарубіжних авторів приділяється насамперед розумінню ідеї фандрейзингу та його категорій — ідентифікації потенційних джерел, методів і форм взаємодії, технології комунікації.

Отже, нині усвідомлення сутності взаємодії господарюючих суб'єктів у межах фандрейзингу та місця благодійної діяльності відіграє важливу роль у правильному виборі подальшого вектора розвитку соціально-культурної сфери та некомерційного сектора. Тому перспективним напрямом дослідження є ретельне опрацювання й адаптація зарубіжних наукових концептуальних підходів для формування вітчизняної концепції фандрейзингу, що гармонійно вбудовується в сучасну науку і практику, зокрема культурологічну.

Список використаних джерел

1. Артемьева Т. В. Фандрейзинг. Привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования / Т. В. Артемьева, Л. Тульчинский. — СПб. : Изд-во «Лань», 2010. — 286 с.
2. Башун О. В. Вплив маркетингу і фандрейзингу на трансформацію бібліотек / О. В. Башун ; наук. ред. В. С. Біленький, д-р. техн. наук. — Донецьк : УКЦентр, 1999. — 204 с.
3. Балашова А. Л. Фандрайзинг для молодежной организации: конспект лекций / А. Л. Балашова. — М. : МГГУ им. М. А. Шолохова, 2008. — 103 с.

4. Блинников М.С. Как просить деньги / М. С. Блинников, Д. А. Даушев, Е. А. Симонов. — 3-тє изд. — М. : Изд-во ЦОДП, 2003. — 139 с.
5. Дуглас Александер Дж. Основные принципы фандрейзинга / Александер Дж. Дуглас и Кристина Дж. Карлсон. — Дніпропетровськ : Баланс Бизнес Букс, 2007. — 240 с.
6. Золотова Л. Е. Корпоративный фандрейзинг и спонсорство в сфере искусства / Культура и рынок: современные тенденции. М. : ИД Классика-XXI, 2009. — 205с.
7. Комаровський О. В. Фандрейзинг у питаннях, відповідях та цитатах: навч. посіб. / О. В. Комаровський. — Луганськ, 2007. — 54 с.
8. Крупський Т. Пошук ресурсів для діяльності організації (Fund Rasing) / Т. Крупський. — Київ. : Коаліція "Свобода вибору", 2005. — 10 с.
9. Куц С. Фандрайзинг АВС : посібник для початківців / С. Куц. — Київ. : Центр філантропії, 2008. — 92 с.
10. Основы фандрайзинга: учеб. пособ. — Екатеринбург: Федеральное агентство по образованию, 2008. — 230 с.
11. Фандрайзинг : навч. посіб. — Київ : Центральноукр. регіон. навч. центр. Партнерство громад фундація "Україна-США" (USAID), 2003. — 95 с.
12. Фандрайзинг: привлечение средств на некоммерческую деятельность / В. А. Бареев, С. Леликов, С. Е. Орлова и др. — СДб. : ГУКИ, 2005. — 102 с.
13. Фишер Хоу. Попечители и фандрейзинг: перед лицом суровой правды/ Хоу Фишер [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.ngosnews.ru/docs/nwcdc/library/08_fundr/trst_fr.doc. — Загл. с экрана.
14. Халий И. Место под солнцем. Пособие для экологических общественных организаций. Инструментарий деятельности. Фандрайзинг и финансовая устойчивость / И. Халий, О. Аксенова, Л. Лулева. — М. : СоЭС, 1998. — 143 с.
15. Чернявська О. В. Фандрайзинг: навч. посіб. / Чернявська О. В., Соколова А. М. — Київ. : «Центр учбової літератури», 2013. — 188 с.
16. Шнирков О. І. Фандрайзинг: основні особливості та форми: метод. посіб. / О. І. Шнирков, І. О. Мінгазутдінов. — 1-ше вид. — Київ. : Гн-т міжнар. відн. КНУ ім. Т. Шевченка, 2000. — 50 с.
17. Carbone R. An Agenda for Research on Fund Raising. College Park, Md.: Clearinghouse for Research on Fund Raising, 1986.
18. Hall P. D. A historical overview of philanthropy, voluntary associations and nonprofit organisations in the United States, 1600-2000, Boston, MA : Hauser Center for Nonprofit Organizations, John F. Kennedy School of Government, Harvard University, 2003.
19. Kelly K. S. Effective fundraising management. Mahwah., 1998.
20. Mindak W. A., Bybee M. H. Marketing's Application to Fundraising. Journal of Marketing, 35(3). 1971.

21. Payton R. L., Russo H. A., Tempel E. R. *Toward a philosophy of fundraising / Taking fund raising seriously*. San-Francisco, CA: Jossey-Bass, Inc. 1991.

References

1. Artemieva T. V. *Fandrezing. Privlechenie sredstv na proekty i programmy v sfere kultury i obrazovaniia* / T. V. Artemieva, G. L. Tulchinskii. — SPb. : Izd-vo «Lan», 2010. — 286 s.
2. Bashun O.V. *Vplyv marketingu i fandrezingu na transformatsiiu bibliotek* / O. V. Bashun ; nauk. red. V. S. Bilenkii, d-r tekhn. nauk. — Donetsk : UKCentr, 1999. — 204 s.
3. Balashova A. L. *Fandraizing dlia molodezhnoi organizatsii: konspekt lektsii* / A. L. Balashova. — M. : MGGU im. M.A. Sholohova, 2008. — 103 s.
4. Blinnikov M.S. *Kak prosit dengi* / M. S. Blinnikov, D. A. Daushev D.A., E. A. Simonov. — 3-ie izd. — M. : Izd-vo TCOOP, 2003. — 139 s.
5. Douglas Aleksander Dzh. *Osnovnye printsipy fandrezinga* / Aleksander Dzh. Douglas i Christina Dzh. Karlson. — Dnepropetrovsk : Balans Biznes Buks, 2007. — 240 s.
6. Zolotova L. *Korporativnyi fandrezing i sponsorstvo v sfere iskusstva* / *Kultura i rynek: sovremennyye tendentsii*. — M. : ID Classika-XXI, 2009. — 205 s.
7. Komarovskii O. V. *Fandrezing u pytanniakh, vidpovidiakh ta tsytatakh: navch. posib.* / O. V. Komarovskii. — Lugansk, 2007. — 54 s.
8. Krupskii T. *Poshuk resursiv dlia diialnosti organizatsii (Fund Rasing)* / T. Krupskii. — Kyiv : Koalitsiia "Svoboda vyboru", 2005. — 10 s.
9. Kuts S. *Fandraizing ABC : posibnyk dlia pochatkivtsiv* / S. Kuts. — Kyiv : Centr filantropii, 2008. — 92 s.
10. *Osnovy fandraizinga : ucheb. posob.* — Ekaterinburg : Federalnoie agentstvo po obrazovaniiu, 2008. — 230 s.
11. *Fandraizing : navch. posib.* — Kyiv : Tsentralnoukrainskii rehionalnyi navchalnyi tsentr. Partnerstvo hromad fundatsiia "Ukraina-SSHA" (US-AID) — 200 c.
12. *Fandraizing: privlechenie sredstv na nekommercheskuiu deiatelnost* / V. A. Barezhev i dr. — SPb. : GUKI, 2005. — 102 s.
13. Fisher Hou. *Popechiteli i fandrezing: pered litsom surovoi pravdy* / Hou Fisher [Elektronnyi resurs]. — Rezhim dostupu: www.ngosnews.ru/docs/nwcdc/library/08_fundr/trst_fr.doc. — Nazva z ekrana.
14. Halii I. *Mesto pod solntsem : posob. dlia ekologich. obshchestv. organiz. instrumentarii deiatelnosti. Fandraizing i finansovaia ustoichivost* / I. Halii, O. Aksenova, L. Luneva. — M. : SoES, 1998. — 143 s.
15. Cherniavska O. V. *Fandraizing : navch. posib.* / O. V. Cherniavska, A. M. Sokolova. — Kyiv : «Tsentri uchbovoi literatury», 2013. — 188 s.
16. Shnyrkov O. I. *Fandraizing: osnovni osoblivosti ta formy : metod. posib.* / O. I. Shnyrkov, I. O. Mingazutdinov. — 1-she vid. — Kyiv : In-t mizhnar. vidn. KNU im. T. Shevchenka, 2000. — 50 s.

17. Carbone R. An Agenda for Research on Fund Raising. College Park, Md.: Clearinghouse for Research on Fund Raising, 1986.
18. Hall P. D. A historical overview of philanthropy, voluntary associations and nonprofit organisations in the United States, 1600-2000.
19. Kelly K. S. Effective fundraising management. Mahwah., 1998.
20. Mindak W. A., Bybee M. H. Marketing's Application to Fundraising. Journal of Marketing, 35(3). 1971.
21. Payton R. L., Russo H. A., Tempel E. R. Toward a philosophy of fundraising / Payton R. L., Russo H. A., Tempel E. R. Taking fund raising seriously. San-Francisco, CA: Jossey-Bass, Inc. 1991.

■ UDC 338.246.027:008

Strohal M. O., postgraduate student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv
strog-m@mail.ru

FUNDRAISING IN THE SPHERE OF CULTURE: ANALYSIS OF REFERENCES

The aim of this paper is to carry out a historiographical analysis of the issues related to fundraising, search of methodological approaches concerning its definition and algorithm of implementation.

Research methodology. The author has used the bibliometric method of research for identifying the quantitative and qualitative regularities of the edition of publications on this subject.

Results. Fundraising is a new kind of activity for the Ukrainian society. It is a foreign concept which has drawn the attention of national practitioners in the context of the need to ensure the economical stability of socio-cultural organizations. It is of particular importance for the national organizations of culture. Research literature concerning fundraising present Ukrainian authors' attempts to examine types and sources of funds, methods and conditions of interaction, specific character of contacts. The analysis of Ukrainian literature on the issue of fundraising has shown that most publications are methodical and practical manuals and guides aimed at forming and developing practical skills in fundraising. Some publications contain lists of organizations that provide grants and guidelines for writing applications. Few authors develop scientific and theoretical provisions of fundraising.

Novelty. An attempt is made for the first time to carry an the historiographical analysis of studying fundraising from the point of view of cultural positions in the research literature in Ukraine and abroad.

The practical significance. Conclusions and recommendations made in this paper are the theoretical and methodological basis for the development of the new trends and mechanisms improving the financing the sphere of culture in Ukraine by means of fundraising.

Key words: fundraising, references, the sphere of culture, non-profit organizations, charity, sponsorship.

Надійшла до редколегії 05.02.2015 р.