

БЛАГОДІЙНА ОРГАНІЗАЦІЯ
«БЛАГОДІЙНИЙ ФОНД «ФЕНРІР ФАУНДЕЙШН ЮА»

СТРАТЕГІЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

БО «БФ «ФЕНРІР ФАУНДЕЙШН ЮА»

на період III–IV кварталу 2026 року

Реалістична організаційна, програмна, партнерська, комунікаційна та фандрейзингова стратегія розвитку молодого благодійного фонду в умовах воєнного стану, донорської конкуренції та зростання потреб військових, ветеранів, родин військовослужбовців і громад.

Підготовлено для внутрішнього планування, партнерських переговорів, грантової роботи та публічного позиціонування Фонду.

Віктор Демчишин
2026 р.

Зміст

1. Вступ та логіка документа
2. Вихідні підстави та документальна база
3. Аналіз кон'юнктури 2026 року
4. Організаційна ідентичність Фонду
5. SWOT-аналіз
6. PESTEL-аналіз
7. Стратегічне позиціонування
8. Місія, бачення та цінності
9. Головна стратегічна мета
10. Стратегічні напрями розвитку
11. Операційний план на III квартал 2026 року
12. Операційний план на IV квартал 2026 року
13. Фандрейзингова стратегія
14. Партнерська стратегія
15. Ветеранський та соціальний напрям
16. Військово-гуманітарний напрям
17. Комунікаційна стратегія
18. Система прозорості та звітності
19. Організаційна структура та команда
20. KPI та моніторинг
21. Ризики і способи реагування
22. Фінансові сценарії
23. Дорожня карта до 2027 року
24. Додатки

1. Вступ та логіка документа

Ця стратегія розвитку визначає реалістичну модель становлення та посилення БО «БФ «ФЕНРІР ФАУНДЕЙШН ЮА» у III–IV кварталі 2026 року. Документ розроблено не як декларативний план із завищеними очікуваннями, а як практичний інструмент управління молодим фондом, який перебуває на початковому етапі організаційного розвитку.

Основна ідея стратегії полягає у тому, що у 2026 році новоствореному благодійному фонду недоцільно одразу конкурувати з великими національними фондами за масштабні збори, складні міжнародні гранти або широку всеукраїнську впізнаваність. Натомість найбільш реалістичною є модель малого гнучкого фонду швидкого реагування, який працює адресно, прозоро, документально правильно та через партнерства.

Стратегія поєднує п'ять ключових логік: статутну відповідність, реалістичність ресурсів, аналіз гуманітарної та донорської кон'юнктури 2026 року, потреби військових і ветеранів, а також фандрейзинговий план Фонду на 2026 рік. Окрема увага приділяється тому, щоб кожне завдання могло бути виконане невеликою командою без надмірного адміністративного навантаження.

Документ може використовуватися для внутрішнього планування роботи директора та команди, підготовки партнерських листів, презентацій для донорів, розробки грантових заявок, підготовки річного звіту та формування плану діяльності на 2027 рік.

Принципи підготовки стратегії

- реалістичність цілей та ресурсів;
- прозорість фінансової й гуманітарної діяльності;
- опора на партнерства, а не на ізольовану діяльність;
- поступове масштабування від малих результатів до системних програм;
- документування кожної передачі допомоги та кожного партнерського кроку;
- поєднання військового, ветеранського, соціального та громадського напрямів.

2. Вихідні підстави та документальна база

Фонд має офіційний статус благодійної організації та включений до Реєстру неприбуткових установ та організацій. Згідно з витягом, код ЄДРПОУ організації - 46277277, дата включення до Реєстру неприбуткових установ та організацій - 25.03.2026 року, ознака неприбутковості - 0036, що відповідає благодійним організаціям.

Статут Фонду передбачає широку сферу благодійної діяльності, зокрема освіту, охорону здоров'я, соціальний захист, допомогу постраждалим від збройних конфліктів, розвиток громад, міжнародну співпрацю та сприяння обороноздатності країни. Це дає можливість формувати стратегію не лише навколо військової допомоги, а й навколо ветеранської, соціальної, гуманітарної та громадської роботи.

Окремо статут закріплює право Фонду на публічний збір благодійних пожертв, безоплатну передачу майна, надання послуг, укладання договорів про благодійну діяльність, отримання грантів, організацію благодійних заходів та взаємодію з іншими організаціями. Це створює юридичну основу для фандрейзингової, партнерської та проектної діяльності у III–IV кварталі 2026 року.

Важливою статутною нормою є обов'язок забезпечувати прозорість і відкритість діяльності, доступ до звітів та публікацію основної інформації про діяльність Фонду. Саме тому стратегія передбачає не лише залучення ресурсів, але й створення системи звітності, архівування документів, публічної комунікації та контролю результатів.

Документи, враховані при підготовці

- Статут БО «БФ «ФЕНРІР ФАУНДЕЙШН ЮА».
- Витяг з Реєстру неприбуткових установ та організацій.
- Рішення засновника про створення організації.
- Стратегічний та операційний план фандрейзингу Фонду на квітень-грудень 2026 року.
- Меморандум про співпрацю з БІФ «Сила Нескорених» як партнерська рамка для спільних ініціатив.
- Актуальна гуманітарна та донорська кон'юнктура 2026 року.

3. Аналіз кон'юнктури 2026 року

Кон'юнктура 2026 року для благодійного сектору України формується під впливом трьох великих факторів: продовження війни, зростання довгострокових соціальних наслідків бойових дій та поступове зниження спонтанної донорської активності населення. Якщо у перші роки повномасштабної війни значна частина допомоги збиралася швидко завдяки емоційній мобілізації суспільства, то у 2026 році донори частіше очікують конкретики, звітності, доказів ефективності та стабільної репутації.

За даними гуманітарного плану реагування ООН на 2026 рік, в Україні 10,8 млн людей потребують гуманітарної допомоги, а гуманітарні партнери планують охопити 4,1 млн найбільш уразливих осіб. Це означає, що потреби залишаються дуже великими, але ресурси є обмеженими, а конкуренція між організаціями за довіру і підтримку донорів зростає.

У 2026 році гуманітарна логіка поступово зміщується від екстреного реагування до підтримки стійкості: допомоги ветеранам, родинам військових, внутрішньо переміщеним особам, постраждалим громадам, людям з інвалідністю, людям старшого віку та тим, хто проживає близько до зони бойових дій. Для Фонду це означає, що військова допомога має залишатися важливою, але її доцільно поєднувати з соціальним і ветеранським напрямом.

Окремим фактором є міжнародний фокус на відновленні України. Ukraine Recovery Conference 2026 у Гданську, запланована на 25-26 червня 2026 року, формує зовнішній порядок денний щодо відбудови, інвестицій, стійкості, критичної інфраструктури та підтримки громад. Для малого фонду це не означає прямий доступ до великих міжнародних коштів, але означає можливість правильно позиціонувати себе у темах відновлення, локальної стійкості, ветеранської підтримки та міжсекторного партнерства.

У сфері ветеранської політики у 2026 році зростає роль територіальних громад, соціальних служб, ветеранських просторів, психологічної підтримки, правового інформування та адаптації військових і членів їхніх сімей. Для Фонду це відкриває реалістичну нішу: не створювати одразу великий реабілітаційний центр, а почати з опитування громад, формування бази контактів, малих консультаційних форматів і партнерських ініціатив.

Ключові висновки для Фонду

- Новому фонду потрібно демонструвати не масштабність, а надійність.
- Найкраще працюватимуть малі адресні збори з чіткою ціллю та швидким звітом.

- Партнерства з іншими організаціями підвищують довіру та зменшують ризики.
- Ветеранський і соціальний напрями мають стати другим крилом Фонду поруч із військовою допомогою.
- Фандрейзинг має бути диверсифікований: донати, бізнес, гранти, партнерські збори, матеріальна допомога.
- Публічна звітність стає не додатковою опцією, а умовою виживання молодого фонду.

4. Організаційна ідентичність Фонду

Організаційна ідентичність Фонду повинна бути простою, зрозумілою та правдивою. На цьому етапі недоцільно позиціонувати Фонд як велику національну структуру, яка одночасно закриває всі напрями благодійності. Натомість сильнішою є позиція малого, гнучкого, відповідального фонду, що працює адресно й формує довіру через виконані дії.

Ключова формула позиціонування на III–IV квартал 2026 року: БО «БФ «ФЕНРІР ФАУНДЕЙШН ЮА» розвивається як малий гнучкий благодійний фонд, що поєднує адресну підтримку військових підрозділів із розвитком ветеранських, соціальних та партнерських ініціатив у громадах України, з фокусом на прозорість, довіру та реалістичне масштабування.

Таке позиціонування дозволяє уникнути репутаційної пастки “ми можемо все”. Воно натомість показує, що Фонд розуміє власний етап розвитку, працює у межах реальних ресурсів і здатний виконувати конкретні зобов’язання перед військовими, партнерами, донорами та громадами.

Ключові характеристики Фонду

- адресність - робота з конкретними запитами та конкретними отримувачами;
- гнучкість - швидке реагування на малі та середні потреби;
- прозорість - документи, акти, фото, звіти;
- партнерство - спільні ініціативи з іншими фондами та громадами;
- локальний вплив - початок із Львівської області, Харківського напрямку та перевірених контактів;
- поступовість - від малих проєктів до програмної діяльності у 2027 році.

5. SWOT-аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
Офіційна реєстрація, неприбутковий статус, широкий статутний перелік напрямів, наявність фандрейзингового плану, готовність працювати прозоро, партнерський потенціал, персональна залученість директора, досвід комунікації з військовими частинами та благодійними організаціями.	Молодий вік організації, відсутність довгої публічної історії, обмежена команда, відсутність стабільної донорської бази, недостатня впізнаваність бренду, відсутність повноцінного сайту, залежність від особистої активності директора.
Можливості	Загрози
Зростання попиту на прозорі локальні фонди, актуальність ветеранського напрямку, потреби військових підрозділів, можливість мікрогрантів, бізнес-партнерства, меморандум із БІФ «Сила Нескорених», співпраця з громадами та волонтерськими ініціативами.	Донорська втома, конкуренція з великими фондами, інформаційна недовіра до нових організацій, нестача грантового досвіду, ризик вигорання команди, зміни безпекової ситуації, неможливість швидко закривати великі збори.

SWOT-аналіз показує, що найсильніша стратегія для Фонду полягає не в агресивному масштабуванні, а в обережному нарощуванні репутації. У III–IV кварталі 2026 року Фонд повинен показати не кількість амбітних намірів, а якість виконання малих зобов'язань. Якщо організація зможе провести кілька адресних передач, оформити документи, прозвітувати та залучити перших партнерів, це буде сильнішим аргументом для 2027 року, ніж заяви про великі всеукраїнські програми без доказової бази.

6. PESTEL-аналіз

Політичний фактор

Війна, воєнний стан, мобілізаційні процеси та державна ветеранська політика прямо впливають на благодійний сектор. Для Фонду це означає необхідність працювати в межах законодавства, уникати політичної агітації, не ототожнюватися з політичними силами та будувати репутацію незалежної благодійної організації.

Економічний фактор

Економічне навантаження на населення та бізнес обмежує обсяг донатів. Тому фонд не може покладатися лише на великі внески. Потрібні малі регулярні донори, партнерські збори, натуральна допомога, співфінансування та гранти.

Соціальний фактор

Суспільство зберігає високий рівень солідарності з військовими, але стає більш вимогливим до звітності. Зростає потреба в роботі з ветеранами, сім'ями військових, громадами та людьми, які постраждали від війни.

Технологічний фактор

Онлайн-комунікація, Monobank, CRM-таблиці, Google Drive, соціальні мережі та цифрова звітність є критично важливими для молодого фонду. Без цифрової системності навіть добрі справи можуть залишатися невидимими.

Правовий фактор

Фонд повинен дотримуватися правил неприбутковості, обмеження адміністративних витрат, цільового використання коштів, належного оформлення передач допомоги та заборони розподілу прибутку.

Етичний фактор

Ключовими етичними вимогами є повага до гідності бенефіціарів, конфіденційність, недопущення маніпуляцій на темі війни, чесність у зборах та недопущення завищених обіцянок.

7. Стратегічне позиціонування

Фонд має будувати свою присутність у благодійному секторі через чітку нішу. Така ніша має бути достатньо широкою, щоб відповідати статуту, але достатньо конкретною, щоб донори та партнери розуміли, чим саме займається організація.

Пропонована ніша: військово-гуманітарна та ветерансько-соціальна підтримка через адресні збори, партнерства та роботу з громадами. У цій моделі військова допомога залишається важливою, але не є єдиною. Ветеранський напрям створює довгострокову перспективу, а партнерський напрям дозволяє молодому фонду компенсувати нестачу власних ресурсів.

У комунікації варто уникати формулювань, які створюють враження надмірної масштабності. Наприклад, замість “ми забезпечуємо військо всім необхідним” краще писати “ми адресно допомагаємо військовим підрозділам закривати конкретні потреби”. Замість “ми реалізуємо масштабні ветеранські програми” - “ми формуємо ветеранський напрям через опитування громад, партнерські консультації та малі соціальні ініціативи”.

Позиційна заява

БО «БФ «ФЕНРІР ФАУНДЕЙШН ЮА» - це прозорий благодійний фонд локального впливу, який працює з конкретними потребами військових, ветеранів, родин військовослужбовців та громад, об'єднуючи донорів, волонтерів, бізнес і партнерські організації навколо реальних, вимірюваних результатів.

8. Місія, бачення та цінності

Місія

Місія Фонду - сприяти підтримці військових, ветеранів, родин військовослужбовців, постраждалих від війни осіб та розвитку соціальної стійкості громад через прозору, адресну та відповідальну благодійну діяльність.

Бачення

До кінця 2026 року Фонд має стати впізнаваною молодогою благодійною організацією, яка має базову систему управління, перші успішні кейси допомоги, сформовану партнерську мережу, зрозумілу комунікацію, початкову грантову спроможність та підготовлену основу для масштабування у 2027 році.

Цінності

- Прозорість - кожна допомога має бути підтверджена документами і звітом.
- Гідність - допомога не повинна принижувати отримувача або використовувати його історію маніпулятивно.
- Відповідальність - Фонд бере на себе тільки ті зобов'язання, які здатний виконати.
- Партнерство - сталий результат створюється через співпрацю, а не через ізоляцію.
- Реалістичність - стратегія ґрунтується на реальних ресурсах, а не на бажаній картині.
- Стійкість - діяльність має не виснажувати команду, а створювати довгострокову основу розвитку.

9. Головна стратегічна мета

Головна стратегічна мета на III–IV квартал 2026 року - створити стабільно функціонуючий молодий благодійний фонд із базовою організаційною структурою, регулярною адресною допомогою, діючими партнерствами, початковою фандрейзинговою системою, публічною звітністю та підготовленою основою для розвитку у 2027 році.

До кінця 2026 року Фонд має досягти таких результатів

- провести щонайменше 6-8 документально оформлених передач допомоги;
- реалізувати 3-5 малих або середніх фандрейзингових кампаній;
- сформувати базу з 30-50 потенційних донорів, партнерів і контактних осіб;
- підготувати та подати 5-7 грантових або партнерських заявок;
- розробити мінімум 5 внутрішніх шаблонів документів;
- запустити регулярну комунікацію у соціальних мережах;
- підготувати публічний підсумковий звіт за 2026 рік;
- сформувати план розвитку на 2027 рік.

Логіка вимірювання успіху

Успіх Фонду у 2026 році не повинен вимірюватися лише сумою зібраних коштів. Для молоді організації важливішими є перші підтверджені результати: кількість закритих потреб, якість документів, регулярність звітів, довіра партнерів, кількість повторних донорів, готовність інших організацій працювати разом і здатність Фонду виконувати обіцянки.

10. Стратегічні напрями розвитку

1. Інституційний розвиток

Створення базових управлінських, документальних і операційних процесів: архів, шаблони, звітність, ролі, календар, внутрішній контроль.

2. Військово-гуманітарна допомога

Адресна підтримка військових підрозділів через малі та середні збори, передачі, партнерські кампанії, ремонтні й матеріальні потреби.

3. Ветеранський і соціальний напрям

Формування бази контактів громад, опитування потреб, запуск малої соціальної ініціативи, партнерські консультаційні формати.

4. Фандрейзинг

Диверсифікація джерел: індивідуальні донати, бізнес, гранти, партнерські збори, благодійні події, регулярні донори.

5. Партнерства

Розвиток співпраці з БІФ «Сила Нескорених», волонтерськими групами, громадами, бізнесом, медіа та іншими БФ.

6. Комунікація і репутація

Системна присутність у соціальних мережах, публічні звіти, історії допомоги, подяки партнерам, простий сайт або лендинг.

7. Прозорість і підзвітність

Акти передачі, фото- і відеозвіти, реєстр допомоги, фінансові звіти, збереження документів, публічний річний звіт.

11. Операційний план на III квартал 2026 року

III квартал 2026 року має стати періодом структурування, перевірки реальних можливостей і формування перших системних результатів. Основний акцент - не на масштабі, а на впорядкуванні діяльності та створенні доказової бази довіри.

Місяць	Ключові завдання	Очікуваний результат
Липень	Оновити презентацію Фонду; сформувати електронний архів; затвердити шаблони актів, листів і звітів; провести аудит наявних контактів; запустити один малий збір або партнерську передачу.	Фонд має базовий пакет документів, перший впорядкований реєстр контактів, перший публічний комунікаційний цикл і чіткий перелік поточних потреб.
Серпень	Провести 2-3 передачі допомоги; опублікувати звіти; підготувати базу громад і військових запитів; провести 5 телефонних контактів із громадами або партнерами; подати 1-2 малі заявки.	Зростання довіри через реальні кейси, перші матеріали для донорів, база для ветеранського напрямку.
Вересень	Провести другий більший збір; підготувати проміжний звіт за III квартал; провести партнерську зустріч із БІФ «Сила Нескорених»; сформувати план IV кварталу.	Фонд входить у IV квартал із підтвердженими результатами, партнерською рамкою і зрозумілим планом дій.

Пріоритети III кварталу

- інституційне впорядкування;
- перші системні звіти;
- малі адресні збори;
- партнерська активність;
- підготовка ветеранського напрямку;
- створення доказової бази для грантів.

12. Операційний план на IV квартал 2026 року

IV квартал 2026 року має стати періодом закріплення репутації, публічного підсумку та підготовки до 2027 року. У цей період важливо не розпорошуватися, а завершити рік із чіткими результатами, які можна показати партнерам і донорам.

Місяць	Ключові завдання	Очікуваний результат
Жовтень	Подати 2 грантові або партнерські заявки; провести одну спільну ініціативу з партнером; активізувати бізнес-комунікацію; підготувати матеріали для зимової кампанії.	Фонд переходить від одиничних дій до партнерської та грантової логіки.
Листопад	Запустити кампанію “Зігрій солдата” або аналогічну зимову ініціативу; зібрати потреби військових на холодний період; провести інформаційну кампанію; оформити всі передачі документально.	Посилення військового напряму через сезонну актуальність та зрозумілу донорську мету.
Грудень	Провести фінальну річну кампанію; підготувати публічний звіт за 2026 рік; сформувавши план 2027; подякувати партнерам і донорам; оновити базу контактів.	Фонд завершує рік із прозорим звітом, репутаційним підсиленням і готовою дорожньою картою на наступний рік.

Пріоритети IV кварталу

- зимова допомога військовим;
- перша або друга спільна партнерська кампанія;
- публічний підсумковий звіт;
- підготовка до грантового циклу 2027 року;
- формування постійних донорів;
- планування інституційного розвитку.

13. Фандрейзингова стратегія

Фандрейзингова стратегія Фонду має бути побудована на принципі диверсифікації. Молодий фонд не може залежати від одного великого донора, однієї платформи або одного збору. У 2026 році потрібно створити систему, яка поєднує малі регулярні донати, партнерства з бізнесом, мікрогранти, благодійні події, матеріальну допомогу та спільні збори з іншими організаціями.

У наявному фандрейзинговому плані закладено амбітну фінансову ціль 1,2-1,8 млн грн на квітень-грудень 2026 року. Для внутрішньої мотивації така межа може залишатися як оптимістичний сценарій, однак у зовнішній стратегії доцільно подавати три сценарії: мінімальний, реалістичний і оптимістичний. Це покаже партнерам, що Фонд мислить відповідально та не завищує обіцянки.

Реалістична фінансова рамка на III–IV квартал 2026 року має враховувати, що Фонд є новим, лише формує аудиторію, не має великої бази донорів і працює з обмеженою командою. Тому основною метою є не лише сума коштів, а створення стабільної системи залучення ресурсів.

Сценарій	Фінансова рамка	Логіка
Мінімальний	150 000 - 250 000 грн у грошовому та матеріальному еквіваленті	Закриття кількох малих потреб, формування першої бази донорів, 2-3 передачі допомоги.
Реалістичний	250 000 - 600 000 грн у грошовому та матеріальному еквіваленті	Кілька адресних зборів, партнерські передачі, 1 мікрогрант або бізнес-підтримка, регулярна звітність.
Оптимістичний	600 000 - 1 200 000 грн і більше	Успішна грантова заявка, активне бізнес-партнерство, медійна кампанія або великий спільний збір.

14. Партнерська стратегія

Партнерства є критично важливими для молодого фонду, оскільки вони компенсують обмеженість власних ресурсів, підвищують довіру, дають доступ до досвіду та дозволяють реалізовувати проєкти, які Фонд не зміг би виконати самостійно.

Меморандум про співпрацю з БІФ «Сила Нескорених» доцільно використовувати як практичну основу для спільних ініціатив. Він має бути не просто формальним документом, а інструментом для проведення спільних заходів, обміну інформацією, підготовки грантових заявок, взаємної комунікаційної підтримки та розвитку ветеранського напрямку.

Партнерська стратегія має передбачати три рівні: локальний, міжрегіональний і національний. На локальному рівні Фонд може розвивати контакти у Львівській області. На міжрегіональному - використовувати потенціал команди або контактів у Харківській області. На національному - поступово виходити на більші фонди, мережі та донорські програми.

Цільові групи партнерів

- благодійні фонди та громадські організації;
- волонтерські групи;
- територіальні громади;
- військові підрозділи;
- локальний бізнес;
- освітні й соціальні установи;
- медіа та комунікаційні партнери;
- міжнародні організації та донорські програми.

Реалістична ціль до кінця 2026 року

До кінця 2026 року Фонд має сформувати 2-3 активних партнерських контактів, з яких щонайменше 3 мають перейти у практичну співпрацю: спільний збір, передача допомоги, інформаційна кампанія, грантова заявка або соціальна ініціатива.

15. Ветеранський та соціальний напрям

Ветеранський напрям має стати одним із ключових напрямів розвитку Фонду у 2026-2027 роках. Водночас у III–IV кварталі 2026 року не потрібно декларувати створення великої ветеранської програми. Реалістичний старт - це дослідження потреб, контакти з громадами, малі консультаційні формати, інформаційна підтримка та партнерські ініціативи.

Перший етап має включати телефонні інтерв'ю або короткі онлайн-опитування представників громад, соціальних служб, ветеранських спеціалістів, волонтерських організацій та родин військових. Мета - не зібрати формальну статистику, а зрозуміти реальні проблеми: доступ до послуг, психологічна підтримка, юридична інформація, зайнятість, адаптація, комунікація з державними структурами.

На основі цих контактів Фонд може підготувати короткий аналітичний документ: “Потреби ветеранів і родин військових у громадах: попередні висновки для планування програм 2027 року”. Такий документ стане корисним для грантів, партнерств і публічної репутації Фонду.

Малі формати, які реально запусити

- онлайн-консультаційна зустріч із партнером;
- інформаційний пост або серія матеріалів про доступні послуги для ветеранів;
- телефонне опитування 5-10 громад;
- партнерська зустріч із ветеранською організацією;
- пілотна ініціатива для родин військових;
- збір гуманітарної допомоги для сімей військовослужбовців.

16. Військово-гуманітарний напрям

Військово-гуманітарний напрям залишається найбільш видимим і практичним напрямом Фонду у 2026 році. Саме через допомогу військовим Фонд може швидко показати результат, створити фото- та відеозвіти, залучити донорів і сформувавши довіру.

Водночас потрібно уникати великих зобов'язань без ресурсної бази. Для нового фонду реалістично працювати із запитами на інструменти, маскувальні сітки, будівельні матеріали, продукти, засоби побуту, ремонтні роботи, обварювання авто, зарядні пристрої, генератори, сезонні потреби та інші конкретні позиції, які можна закрити через партнерства або малі збори.

Кожен військовий запит має проходити внутрішній мінімальний цикл перевірки: хто звертається, яка потреба, чи є лист-запит, чи можливо отримати підтвердження передачі, хто відповідає за комунікацію, які документи будуть оформлені після передачі. Такий підхід зменшує репутаційні ризики й підвищує якість звітності.

Алгоритм роботи з військовою потребою

1. Отримання звернення або листа-запиту.
2. Перевірка контакту та уточнення потреби.
3. Визначення способу закриття: збір, партнер, матеріальна допомога, грант.
4. Публікація збору або партнерський запит.
5. Закупівля або отримання допомоги.
6. Передача допомоги та підписання акту.
7. Фото/відеозвіт і публічна подяка донорам.
8. Архівування документів у реєстрі допомоги.

17. Комунікаційна стратегія

Комунікація для молодого фонду - це не лише реклама. Це основний інструмент формування довіри. Якщо Фонд робить добрі справи, але не показує їх документально, послідовно і зрозуміло, то донор не бачить підстав підтримувати організацію повторно.

Основний тон комунікації має бути стриманим, людяним і доказовим. Не варто використовувати надмірний пафос або маніпулятивні формулювання. Краще показувати конкретну потребу, конкретну дію і конкретний результат. Наприклад: “отримали запит”, “зібрали”, “передали”, “підписали акт”, “дякуємо партнерам”.

Для III–IV кварталу 2026 року достатньо трьох основних каналів: Facebook, Instagram і LinkedIn. Facebook може працювати для волонтерської аудиторії та локальних партнерів, Instagram - для візуальної довіри і донатів, LinkedIn - для професійного позиціонування, грантового та партнерського середовища.

Контентні рубрики

- звіт про передачу допомоги;
- актуальна потреба;
- подяка партнерам;
- історія співпраці;
- ветеранський або соціальний напрям;
- закулісся роботи Фонду;
- фінансовий міні-звіт;
- плани на тиждень або місяць.

Мінімальний контент-план

Реалістична норма - 2 публікації на тиждень: один звіт або кейс, один інформаційний/партнерський пост, один пост із потребою або планом. Раз на місяць - короткий підсумковий звіт.

18. Система прозорості та звітності

Прозорість має бути центральною конкурентною перевагою Фонду. Для нової організації довіра не виникає автоматично. Її потрібно створювати через документи, зрозумілі процедури, відкриті звіти та однакові правила для всіх передач допомоги.

Має ефективно наповнюватися та працювати сайт Фонду та вестися сторінки у соціальних мережах.

Мінімальна система прозорості має включати реєстр допомоги, акти передачі, фото- або відеопідтвердження, фінансовий облік надходжень і витрат, архів звернень, архів партнерських листів, щомісячні внутрішні підсумки та публічний річний звіт.

Важливо не публікувати чутливі військові дані, маршрути, точні місця дислокації або інформацію, яка може нашкодити безпеці підрозділів. Прозорість не повинна порушувати безпеку. У звітах достатньо зазначати загальну інформацію, погоджену з отримувачами допомоги.

Документи, які потрібно мати

- акт прийому-передачі благодійної допомоги;
- лист-запит або звернення від отримувача;
- внутрішній реєстр допомоги;
- таблиця надходжень і витрат;
- шаблон публічного звіту;
- шаблон подяки донору або партнеру;
- положення про волонтерів;
- політика прозорості та етичної комунікації.

19. Організаційна структура та команда

У 2026 році Фонду не потрібна складна організаційна структура. Надмірна бюрократія може забрати ресурси, яких у молодій організації ще немає. Оптимальною є мала функціональна команда, де кожна роль має чітку відповідальність, але не створює зайвого адміністративного навантаження.

Ключову роль виконує директор, який забезпечує загальне управління, представництво, партнерські переговори, ухвалення рішень і контроль прозорості. Поруч із ним потрібні функції грантового/проектного менеджера, комунікаційника, волонтерського координатора та бухгалтера або відповідальної особи за фінансові документи.

На першому етапі ці функції можуть виконуватися частково, на волонтерських засадах або суміщатися. Головне - не кількість посад, а зрозумілість відповідальності: хто пише листи, хто веде таблиці, хто публікує звіти, хто контактує з військовими, хто готує грантові заявки.

Функція	Основна відповідальність
Директор	Стратегічне управління, партнерства, підписання документів, представництво Фонду.
Грантовий/проектний менеджер	Пошук грантів, підготовка заявок, ведення проектних описів, контроль дедлайнів.
Комунікаційник	Соцмережі, звіти, фотоісторії, подяки партнерам, контент-план.
Волонтерський координатор	Комунікація з волонтерами, збір потреб, організація передач.
Фінансова/документальна функція	Облік надходжень, витрат, актів, реєстрів, архівів.

20. КРІ та моніторинг

Система КРІ має бути простою і корисною. Якщо показників буде занадто багато, команда витратить більше часу на звітність, ніж на роботу. Для III–IV кварталу 2026 року достатньо 15-20 ключових показників, які відображають реальний прогрес Фонду.

Напрямок	КРІ до кінця 2026 року
Організаційний розвиток	5-7 внутрішніх шаблонів; електронний архів; щомісячне планування; реєстр допомоги.
Військова допомога	6-8 передач допомоги; 3-5 закритих потреб; 100% актів передачі.
Фандрейзинг	3-5 кампаній; 250-600 тис. грн у реалістичному сценарії; 2 постійні донори; 3-5 заявок.
Партнерства	3-5 активних контактів; 2-3 практичні співпраці; 1 спільна ініціатива з БІФ «Сила Нескорених».
Комунікація	2 пости на тиждень; щомісячний міні-звіт; 1 підсумковий річний звіт.
Ветеранський напрям	3-5 контактів із громадами; 1 аналітична записка; 1 мала ініціатива.

Моніторинг

Моніторинг доцільно проводити раз на місяць у форматі короткої таблиці: що заплановано, що виконано, що перенесено, які ризики, які потреби, які наступні кроки. Раз на квартал потрібно робити розширений підсумок для внутрішнього аналізу та зовнішньої комунікації.

21. Ризики і способи реагування

Ризик	Ймовірність	Вплив	Реагування
Нестача коштів	Висока	Високий	Малі збори, партнерства, матеріальна допомога, бізнес-комунікація, мікрогранти.
Вигорання команди	Середня	Високий	Реалістичні плани, розподіл ролей, не більше 2-3 пріоритетів одночасно.
Недовіра до нового фонду	Висока	Високий	Акти, фото, звіти, відкриті документи, партнерські рекомендації.
Невиграні гранти	Висока	Середній	Подавати багато малих заявок, покращувати профайл, працювати в консорціумах.
Репутаційні помилки	Середня	Високий	Перевірка інформації, обережна комунікація, без завищених обіцянок.
Безпекові обмеження	Середня	Високий	Не публікувати чутливі дані, погоджувати звіти з військовими.

Найважливіший спосіб зменшення ризиків - не брати на себе більше, ніж Фонд реально здатний виконати. У 2026 році репутація важливіша за масштаб. Один якісно виконаний малий проєкт із документами та звітом має більшу цінність, ніж п'ять незавершених ініціатив.

22. Фінансові сценарії

Фінансове планування Фонду має бути сценарним. Це дозволяє не зупиняти діяльність у разі слабких донатів і водночас бути готовими до масштабування, якщо з'явиться сильний партнер або грант.

Показник	Мінімальний	Реалістичний	Оптимістичний
Залучені ресурси	150-250 тис. грн	250-600 тис. грн	600 тис. - 1,2 млн грн+
Кількість зборів	2-3	3-5	5-8
Гранти/заявки	2-3 подачі	5-7 подач	8-10 подач, 1-2 перемоги
Партнерства	2-3 контакти	5-8 контактів	10+ контактів
Передачі допомоги	3-4	6-8	10+
Рівень команди	волонтерська база	мала функціональна команда	часткова оплачувана зайнятість

Рекомендована бюджетна логіка

- не перевищувати допустимий рівень адміністративних витрат;
- чітко розділяти цільові кошти і операційні потреби;
- публічно пояснювати, на що збираються кошти;
- не відкривати одночасно багато зборів;
- під кожен збір мати відповідального і план звітності;
- поступово формувати резерв на операційну сталість.

23. Дорожня карта до 2027 року

III–IV квартал 2026 року має створити фундамент для більш зрілої діяльності у 2027 році. Якщо Фонд виконає мінімальний набір завдань, у 2027 році можна буде переходити до програмного планування: окрема військова програма, окрема ветеранська програма, грантовий портфель, сайт, база донорів і партнерська мережа.

Що має бути готово до початку 2027 року

- публічний звіт за 2026 рік;
- пакет презентаційних матеріалів Фонду;
- реєстр допомоги;
- перелік перевірених військових і соціальних потреб;
- база партнерів і донорів;
- план грантових подач на I півріччя 2027 року;
- контент-архів фото, відео, подяк і кейсів;
- проєкт річної стратегії на 2027 рік.

Стратегічний перехід

У 2026 році Фонд доводить, що здатний працювати прозоро й результативно. У 2027 році Фонд може переходити до більш системної ролі: не лише реагувати на запити, а формувати власні програми, брати участь у консорціумах, подаватися на більші гранти та будувати сталі партнерські ініціативи.

24. Додатки

Додаток 1. Орієнтовний перелік внутрішніх документів

- Положення про волонтерську діяльність.
- Політика прозорості та звітності.
- Шаблон акту прийому-передачі допомоги.
- Шаблон листа-звернення до партнера.
- Шаблон подяки донору.
- Шаблон щомісячного звіту.
- Реєстр благодійної допомоги.
- Грантовий календар.
- Контент-план.
- База партнерів і громад.

Додаток 2. Мінімальний щомісячний звіт

Блок	Що фіксується
Допомога	Кому передано, що передано, дата, документ, фото/відео.
Фандрейзинг	Скільки зібрано, джерела, витрати, залишок.
Партнерства	Нові контакти, зустрічі, домовленості, наступні кроки.
Комунікація	Пости, охоплення, нові підписники, реакції.
Гранти	Подані заявки, дедлайни, відповіді, наступні подачі.

25. Підсумковий стратегічний висновок

У III–IV кварталі 2026 року БО «БФ «ФЕНРІР ФАУНДЕЙШН ЮА» має розвиватися не як фонд із завищеними деклараціями, а як молода, гнучка, прозора та відповідальна організація, яка послідовно нарощує довіру через реальні дії.

Головний стратегічний вибір Фонду - не масштабність, а доказовість. Не кількість обіцянок, а кількість завершених і задокументованих дій. Не конкуренція з великими фондами, а зайняття власної ніші: адресна військова допомога, ветеранський і соціальний напрям, партнерства з громадами та малими ініціативами.

Якщо до кінця 2026 року Фонд матиме кілька успішних передач допомоги, базову команду, зрозумілу систему документів, публічний звіт, перших донорів, партнерів і підготовлений план 2027 року, це буде реалістичним і сильним результатом для молодого благодійної організації.

Саме така стратегія створює основу для подальшого розвитку: від локального прозорого фонду - до організації, здатної реалізовувати сталі програми, залучати гранти, працювати з громадами, підтримувати військових і ветеранів та формувати довіру в благодійному секторі України.

Джерела та підстави

- Статут БО «БФ «ФЕНРІР ФАУНДЕЙШН ЮА».
- Витяг з Реєстру неприбуткових установ та організацій від 12.05.2026 року.
- Рішення засновника про створення Фонду.
- Стратегічний та операційний план фандрейзингу БФ «Fenrir Foundation UA» на квітень-грудень 2026 року.
- Humanitarian Needs and Response Plan Ukraine 2026, OCHA / humanitarianaction.info.
- Ukraine Recovery Conference 2026, official URC platform.
- Аналітичні матеріали щодо ветеранської політики у територіальних громадах України.

Додаток 3. Календар реалізації стратегії

Період	Організаційні дії	Програмні дії	Фандрейзинг і комунікація
Липень 2026	Архів, шаблони, презентація	1 малий збір або передача	Оновлення соцмереж, перші партнерські листи
Серпень 2026	Реєстр допомоги, база громад	2-3 передачі, опитування громад	Звіти, фото, подяки, 1-2 заявки
Вересень 2026	Проміжний звіт	Більший адресний збір	Партнерська зустріч, план IV кварталу
Жовтень 2026	Оновлення грантової бази	Спільна ініціатива	2 заявки, бізнес-комунікація
Листопад 2026	Підготовка річного звіту	Зимова допомога військовим	Кампанія “Зігрій солдата”
Грудень 2026	План 2027	Фінальна передача/ініціатива	Річний звіт, подяки, кампанія “Подарунок для воїна”

Затверджено / погоджено: _____

Дата: 22 травня 2026 року

Директор БО «БФ «ФЕНРІР ФАУНДЕЙШН ЮА»

Віктор Демчишин



Додаток 4. Короткий профайл Фонду для партнерів

Цей профайл може використовуватися як коротке резюме Фонду під час переговорів із бізнесом, благодійними організаціями, громадами та потенційними донорами. Його завдання - швидко пояснити, хто є Фонд, у чому його реалістична роль у 2026 році та які формати співпраці можливі.

БО «БФ «ФЕНРІР ФАУНДЕЙШН ЮА» - молода благодійна організація, яка формує прозору систему адресної допомоги військовим підрозділам, підтримки ветеранів, родин військовослужбовців та громад, що потребують соціальної стійкості в умовах війни.

Фонд не позиціонує себе як велика національна структура, а розвивається як гнучкий партнер локального впливу. Основний принцип роботи - брати конкретну потребу, знаходити реальний ресурс, передавати допомогу документально та звітувати перед донорами і партнерами.

Партнерам Фонд може запропонувати спільні благодійні збори, адресні передачі допомоги, інформаційні кампанії, участь у грантових заявках, підтримку військових потреб, спільні ветеранські ініціативи, консультаційні або просвітницькі заходи для громад.

Очікувана модель співпраці у 2026 році - невеликі, зрозумілі та завершувані ініціативи. Це можуть бути збори на конкретне обладнання, закупівля матеріалів, підтримка ремонту автомобілів, сезонна допомога військовим, опитування громад щодо ветеранських послуг або інформаційна підтримка соціальних ініціатив.

Ключова перевага Фонду - готовність працювати відкрито: з листами-запитами, актами передачі, фото- та відеозвітами, публічними подяками, реєстром допомоги і підсумковими звітами. Саме прозорість має стати основою довіри до Фонду у 2026 році.

Базові формати співпраці:

- спільний благодійний збір;
- партнерська передача матеріальної допомоги;
- інформаційна підтримка кампанії;
- спільна грантова заявка;
- бізнес-підтримка конкретної потреби;
- волонтерська або логістична допомога;
- пілотна соціальна чи ветеранська ініціатива.