

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ФАНДРАЙЗИНГУ ДЛЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЕКТІВ ТА СТАРТАПІВ

Кобушко І.М., доктор економічних наук, професор

Котенко Н.В., кандидат економічних наук, доцент

Бойко К.О., магістрант

Сумський державний університет, Україна

У статті ідентифіковано онлайн-фандрайзинг як процес залучення ресурсів шляхом застосування мобільних та Інтернет-технологій для побудови і посилення взаємодій між стейкхолдерами, зацікавленими в успіху соціального проекту чи стартапу. Автори провели порівняння онлайн-фандрайзингу з традиційними методами залучення коштів за такими адміністративно-фінансовими критеріями, як можливість залучення до нефінансової допомоги прихильників ідеї; рівень довіри до організації та проекту; реальна “видимість” організації; географічні обмеження; ефективність адміністративних витрат; середня швидкість отримання зворотного зв’язку (результату); середній розмір внесків; управління базами даних донорів; портрет донора; та виділили ключові інструменти онлайн-фандрайзингу. Базуючись на етичному принципі анонімності фандрайзингової діяльності, порівнянні суб’єктивних та сторонніх оцінок мотиваційних чинників фандрайзингу для фінансування соціальних проектів та стартапів запропоновано застосування блокчейн-технологій та пов’язаних з ними грошових інститутів, які виконують функції анонімних он-лайн платежів та нівелюють окремі недоліки електронних платіжних систем. Доведено, що такі загальновідомі недоліки криптовалют, як гіперволатильність, невизначеність правового статусу, незахищеність від хакерських атак на електронні крипто-гаманці, необхідність виведення з тіні надприбутків та сплати податків, відсутність можливості зупинки чи скасування платежу перетворюються на непрямі переваги для соціальних проектів і стартапів, які стають більш конкурентоспроможними у порівнянні до звичайних прямих чи фінансових інвестицій, пов’язаних із формуванням статутних капіталів юридичних осіб. У той же час, автори наголошують на підвищених ризиках та відповідальності для адміністраторів соціальних проектів та стартапів при застосуванні криптовалют та ІСО (первинне розміщення монет) та відкритості питання сталості електронного фінансування в умовах глобалізації та цифровізації економіки.

Ключові слова: онлайн-фандрайзинг, соціальний проект, стартап, блокчейн технологія, криптовалюта, ІСО первинне розміщення монет.

Постановка проблеми. Бурхливий розвиток ІТ технологій, онлайн-сервісів та загальна цифровізація економіки призводить до розширення доступу до ресурсів, ліквідації посередників та фінансової децентралізації не лише для приватних чи економічних суб’єктів, але і тих осіб, які працюють у “третьому секторі” – неурядових організацій, фондів, об’єднань, що одночасно відповідають п’яти вимогам: організовані, приватні, самоврядовані, не розподіляють прибуток і добровільні [1].

У п’ятому щорічному дослідженні Blackbaud Institute в 2016 році [2] визначено, що обсяг коштів, залучених через онлайн-канали хоча і має незначну питому вагу (7,2% від загального обсягу зібраних коштів), проте демонструє суттєві тенденції до зростання (7,9 % у США, 10 % у Канаді, 2,8 % у Великій Британії).

За даними іншого опитування 2017 Global NGO Online Technology Report [3], що проводилося онлайн серед 4908 НУО з 153 країн на 7 континентах, у 2017 році 92% глобальних НУО мають свої власні Facebook сторінки та веб-сайти, 78% з яких є мобільно сумісні; 95 % опитуваних погоджуються, що онлайн-технології ефективні для інтерактивного оновлення бренду організацій; більше ніж 80% учасників переконані, що онлайн-технології ефективні для рекрутингу волонтерів та створення соціальних змін. У дослідженні також брали участь 355 донорів, 62% яких надають перевагу онлайн-пожертвуванням та ще 6% використовують мобільні додатки та СМС і лише 32% опитаних застосовують традиційні оффлайн-методи – пошту, жертвують на фандрайзингових заходах чи по телефону. Загалом, такі результати в першу чергу визначаються способом проведення опитування – через мережу Інтернет. У той же час, вони ще раз підтверджують актуальність дослідження онлайн (цифрової) складової фандрайзингу, яка за останні п’ять років переросла з окремого інструменту комунікації у найбільш перспективний вид, для механізму застосування якого має бути запропонована специфічна сучасна методологія.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні проблеми застосування фандрайзингу для фінансування неурядових організацій та стартапів є центральним елементом досліджень іноземних та вітчизняних науковців та фахівців-практиків, таких як А. Саржо, Дж. Шанг,

М. Огборн, Дж. Вилкінсон, Т. Джемсон, А. Манькова, О. Чернявська, А. Соколова, Б. Чиконте, Дж. Харт, О. Григоревська, С. Салазкін С. Васильчак, М. Куницька-Іляш, М. Дубина. П. Красномоєв та інші. Проте в умовах глобалізації, появи нових технологій та каналів зв'язку між суб'єктами процесу залучення фінансових ресурсів на умовах фандрайзингу, питання дослідження онлайн-фандрайзингу та можливостей залучення ресурсів у формі криптовалюти, пов'язані з чим загрози та можливості для кожного з учасників потребують особливої уваги.

Метою статті є аналіз впливу інформаційних технологій на фандрайзинг для соціальних проектів та стартапів. Для досягнення поставленої мети були виконані наступні завдання: ідентифікувати поняття “онлайн-фандрайзингу”, здійснити його порівняння з традиційними (оффлайн) підходами залучення коштів; навести стислу характеристику ключових для дослідження інструментів, принципів та мотиваційних чинників механізму онлайн-фандрайзингу; визначити переваги та недоліки залучення коштів з використанням блокчейн технологій та криптовалют з точки зору суб'єктів – учасників процесу, охарактеризувати найбільш ІСО перспективний інструмент фандрайзингу для соціальних та стартап-проектів.

Основні результати дослідження. У сучасному світі існує багато варіантів того, як збирати кошти для реалізації власних проектів, ідей, стартапів. Традиційні (оффлайн) методи залишаються важливими, проте в умовах глобалізації та тотальної цифровізації економіки з'являється набагато багато можливостей для онлайн-фандрайзингу, який дає доступ до локально необмежених ресурсів. Залучення коштів онлайн є зручним, доступним та економічним способом фінансування.

Онлайн-фандрайзинг (цифровий та мобільний фандрайзинг) – це один з різновидів фандрайзингу, який може бути визначено як процес залучення ресурсів шляхом застосування мобільних та Інтернет-технологій для побудови та посилення взаємодій між стейкхолдерами, зацікавленими в успіху соціального проекту або стартапу.

Проблемами порівняння традиційного та онлайн-фандрайзингу найчастіше опікуються прихильники останнього з метою привернення уваги до переваг і можливостей, які виникають при застосуванні цифрових технологій для залучення коштів [4, 5, 6]. Проте більшість зазначає, що не дивлячись на всі маркетингові зусилля, появу нових високотехнологічних, дружніх для користувача платформ, активну роботу блогерів та копірайтерів лише 10 % всіх благодійних внесків надходять через онлайн-канали. В узагальненому вигляді порівняння за найбільш значущими адміністративно-фінансовими критеріями представлено у табл. 1.

Традиційно виділяють наступні інструменти онлайн-фандрайзингу [7, 8, 9, 10, 11]: 1) краудфандинг; 2) клікнути (натиснути), щоб пожертвувати; 2) інтернет-сайти пожертвувань; 3) мережі донорів; 4) мережі НУО та стартапів; 5) Grid-технології; 6) кнопка “пожертвувати зараз” на веб-сайті та/або Facebook сторінці компанії; 7) вірусні кампанії (наприклад, ALS Ice Bucket Challenge – змагання між учасниками з інтерактивними відео зверненнями); 8) пожертвування через текстові повідомлення (СМС); 9) месенджери (WhatsApp, Viber, Telegram, WeChat та інші); 10) peer-to-peer (персональна) сторінка волонтера чи учасника проекту; 11) одноденні кампанії за участі соціальних медіа та платформ; 12) онлайн благодійні аукціони; 13) метчінг пожертвувань, коли, наприклад, роботодавець заохочує власних працівників гарантуючи подвоїти суму пожертвувань додавши кошти компанії; 14) заплановані цілорічні імейл розсилки; 15) онлайн-магазин товарів з символікою компанії; 16) краудфандинг в обмін на речі або послуги, тощо.

Кожен із зазначених інструментів може бути використаний окремо або у комплексі з іншими (включаючи оффлайн заходи). Сучасні онлайн-платформи (наприклад, <https://www.classy.org/>, <https://www.causevox.com/>) пропонують повний комплекс ІТ послуг для неприбуткових організацій під одним дахом: краудфандинг, peer-to-peer, реєстрацію подій, веб-сайти для пожертвувань; та гарантують отримати будь-яку підтримку будь-де і будь-коли. Вцілому, вибір інструменту залежить від конкретних характеристик соціального проекту чи стартапу, які можуть включати: розмір/масштаб організації/проекту, спрямування проблем, які вирішуються (медичні дослідження, екологія/захист тварин, місцева спільнота, охорона здоров'я, освіта, культура, мистецтво, релігія, тощо).

Незалежно від обраних інструментів ключовими для успіху фандрайзингової діяльності є дотримання її етичних принципів. Більшість кодексів та стандартів провідних НУО, та їх об'єднань в усьому світі [12, 13, 14, 15, 16] декларують серед головних принципів анонімності, який може бути трактований у двох площинах: анонімність отримувача коштів (велика благодійна організація використовує отримані кошти не ідентифікуючи кінцевого реципієнта для конкретного донора) та анонімність донора (особа надавача коштів залишається невідомою як для реципієнта так і для всього зовнішнього оточення). Перший варіант може бути поширеним у онлайн-фандрайзингу через зниження і так невисокого рівня довіри до організації та нівелювання мотивацію поточних та

майбутніх донорів, що не бачать змін чи результатів своїх дій. Анонімність донора, на наше переконання, є ключовим принципом і водночас перевагою останнього. Доведення цього твердження пропонується провести на основі порівняння суб'єктивних мотиваційних чинників донорів та оціночних висновків щодо причин фінансування благодійних проектів чи стартапів сторонніми особами (рис. 1).

Таблиця 1 – Порівняння традиційного (оффлайн) та онлайн-фандрайзингу

Критерії порівняння	Оффлайн-фандрайзинг	Онлайн-фандрайзинг
Можливість залучення до нефінансової допомоги прихильників ідеї	Значна, особливо під час проведення фестивалів, конкурсів та інших подібних заходів	Не значна, обмежується перепостами у соціальних мережах
Рівень довіри до організації та проекту	Високий – можливість потрапити до офісу, познайомитися волонтерами і адміністрацією навіть для невеликих організацій чи стартапів	Низький, за виключенням глобальних НУО (Червоний Хрест, Всесвітній фонд дикої природи, тощо)
Реальна “видимість” організації	Виключно на локальному рівні	Глобальна
Географічні обмеження	Участь приймають в основному місцеві донори	Відсутні
Ефективність адміністративних витрат	Низька (витрати на друк і розсилку листів та заохочувальних подарунків, проведення заходів та акцій)	Висока, хоча й залежить від вартості плати за платформи (комісії за розміщення інформації на онлайн-платформах, за переведення онлайн-платежів, тощо)
Середня швидкість отримання зворотного зв'язку (результату)	48 годин	2 тижні
Середній розмір внесків	32\$	64\$
Управління базами даних донорів	Зазвичай потребує багато часових, людських та капітальних ресурсів	Застосовуються функції автоматизації
Портрет донора	Людина віком 65+ років з вище ніж середніми статками, що не довіряє сучасним технологіям і надає перевагу реальним (фізичній) заходам і участі	Міленіал або особа віком 24-55 років, з невеликими та середніми статками, що надає перевагу зручності та відповідає на онлайн-запити

Отже, для задоволення більшості емоційних потреб, пов'язаних з фандрайзингом, донору не потрібне визнання оточення. І саме онлайн-фандрайзинг здатний забезпечити анонімність пожертвувань у найкращий спосіб.

Питання анонімності донора виникає саме у момент, який відділяє прийняття рішення від відправки коштів. Найбільш поширеними у світі є наступні системи онлайн-платежів: PayPal, WebMoney, Apple Pay, Android Pay (раніше Google Wallet), AliPay та інші. В Україні найчастіше користуються iPay, Portmone, LiqPay, Platon, Easy Pay. Проте всі ці системи передбачають або прив'язку гаманця до банківської картки (рахунку) або придбання “титульних знаків” номінованих у прив'язці до конкретної валюти чи золота.

Розвиток блокчейн-технологій зумовив появу нового грошового інституту, що виконує у тому числі функції анонімних он-лайн платежів та нівелює всі пов'язані з цим недоліки електронних платіжних систем, криптовалюти.

Найпопулярнішою криптовалютою на “ринку благодійності” є Біткоїни. На початку грудня 2017 року в мережі був зареєстрований так званий “Ананасовий фонд”, а трохи пізніше на Reddit була опублікована стаття, яка описує механізм та умови отримання гранта у біткоїнах [18]. Організатор “Ананасового фонду” стверджує, що входить в 250 найкрупніших власників біткоїна. На сьогоднішній

день даний фонд профінансував 8 благодійних проектів (створення фондів для загальнодоступної медицини, Water Project (боротьба з дефіцитом питної води в Африці), проект FFF (створення технологій з захисту конфіденційності в інтернеті) та проект BitGive (який поширює блокчейн в світову благодійність)) і на рахунку залишилось ще 4714 біткоїнів. Таким чином, анонімний організатор фонду пожертвував 5,5 млн доларів у еквіваленті.



Рисунок 1 – Порівняння суб'єктивних та сторонніх оцінок мотиваційних чинників фандрайзингу [17]

У чому ж полягають причини жертвувати чи давати кошти невідомим і часто сумнівним стартапам? Проаналізувавши ключові підходи до ідентифікації переваг та недоліків біткоїнів та інших різновидів криптовалют [19, 20, 21] ми дійшли висновку, що не применшуючи важливість позитивних сторін криптовалют саме недоліки змушують їх власників простіше поводитися з цифровими грошима і витратити їх на благодійність чи давати шанс розвиватися венчурним і інноваційним ідеям.

У рамках такої гіперволатильності біткоїна всі зазначені вище мінуси можуть стати перевагами для фандрайзерів та деяких інших гравців на фінансовому ринку. Уявимо гіпотетичну ситуацію, коли власник біткоїнів, купивши їх за 100\$ у 2010 році, на сьогоднішній момент є мільйонером. Для нього ця сума не є найважливішим компонентом матеріальної цінності, адже витрати на придбання цифрової валюти були мінімальними, і власник біткоїнів незалежно від коливань курсу криптовалюти може почувати себе досить стабільно. У той же час, невизначеність правового статусу та ймовірні хакерські атаки на електронний гаманець, обтяжені необхідністю виведення з тіні надприбутків та сплати податків, перетворюються на непрямі переваги для соціальних проектів і стартапів, які стають більш конкурентоспроможними у порівнянні до звичайних прямих чи фінансових інвестицій, пов'язаних із формуванням статутних капіталів юридичних осіб. Гіпотетичний власник криптовалюти на умовах анонімності буде мотивований допомогти реалізувати екологічні, соціальні чи інфраструктурні проекти, спрямовані на покращення якості життя його локальної спільноти чи навіть на глобальному рівні. Такі внески будуть безпечними, необтяженими величезними банківськими комісіями, без загрози втрати цінності через корупційні схеми та оборудки (на відміну від вітчизняного механізму розподілу потоків публічних фінансових ресурсів). Крім того, часто бажання витратитись на благодійність чи інвестувати в стартапи виникає спонтанно і пов'язується зі особистими емоційними переживаннями власника капіталу чи, наприклад, великими святами (Різдвяні та Великодні свята найбільш продуктивний час для фандрайзерів). З плином часу це бажання може зникнути, проте технічні особливості переказів криптовалют не передбачають можливості зупинки чи скасування платежу.

Ще одним сучасним інструментом фандрайзинга, заснованим на технології Блокчейн, є ICO – Initial Coin Offering (англ.) – первинна пропозиція монет (укр.), що реалізується у формі попередньої емісії компанією своєї власної оригінальної криптовалюти (монет чи токенів) поза процедурами

майнінгу (видобутку) або форжингу (створення нових блоків) вже існуючих криптовалют і розподілення даної емісії серед зацікавлених осіб - інвесторів. Такі токени з самого початку викупувалися за біткоіни і спрямовувалися в основному на розвиток ринку криптовалют. Про результативність ICO може свідчити поява великої кількості криптовалют NXT, Mastercoin, Bitshares, Maidsafecoin, NEM, Synereo, Factom, DigixDAO, Lisk, Waves і, особливо, Ethereum – третьою найажливішою після самого Біткоіну та його “полегшеної” модифікації криптовалюти [22].

Щодо самої процедури ICO фандрейзингу, то вона здійснюється на основі публічної оферти – стандартного документу, який регулює всі взаємовідносини між емітентом та інвестором, та розміщується на веб-ресурсі. За своєю суттю ICO є крипто-аналогом IPO – Initial Public Offering (англ.) – Публічного розміщення акцій (укр.) з усіма перевагами та недоліками криптовалют, аналіз яких було проведено вище.

Отже, застосування в якості внесків криптовалют несе за собою підвищені ризики та відповідальність для адміністраторів соціальних проектів чи стартапів, змушених слідкувати за рухом котирувань на біржах шукаючи вдалий момент для монетизації отриманих криптокоштів. Стрімке коливання та волатильність курсу, наприклад, Біткоіну, який може змінюватися наполовину протягом доби (піднятися на 30%, а потім впасти на 20% [23]). Добові зміни курсів п’яти найбільш волатильних валют представлено на рис. 2.

#	Name	Market Cap	Price	Volume (24h)	Circulating Supply	Change (24h)	Price Graph (7d)
43	🌀 Experience Po...	\$340 655 999	\$0,001723	\$11 578 300	197 654 758 097 XP	121,67%	
15	▼ Verge	\$2 945 116 873	\$0,204351	\$604 802 000	14 412 050 215 XVG	44,91%	
74	🟢 PotCoin	\$99 047 676	\$0,452084	\$19 435 900	219 091 311 POT *	33,95%	
29	🟡 Nxt	\$690 116 153	\$0,690807	\$224 564 000	998 999 942 NXT *	32,84%	
55	⚡ BridgeCoin	\$171 748 350	\$6,36	\$542 964	27 000 000 BCO	31,75%	

Рисунок 2 – Ринкові показники п’яти найбільш волатильних криптовалют станом на кінець грудня 2017 р. [24]

Це пояснюється, на нашу думку, відсутністю прямого (тверде фіксування курсу) чи опосередкованого (емісія чи скорочення грошових знаків у обігу, зміна облікової ставки, зміна умов обігу іноземної валюти в межах країни, зміни режиму експортно-імпорتنих розрахунків та інші способи забезпечення непрямой монетарної політики) впливу центрального публічного регулятора на котирування. Вартість криптовалют не прив’язана до золота, нафти, акцій, жодної з існуючих валют чи матеріальних цінностей, а визначається виключно попитом і пропозицією на конкретному ринку – віри в її цінність власників.

Великі питання викликає також офіційний статус криптовалюти, яка розглядається як гроші, валютна цінність, нематеріальний актив, програма для ПК, азартна гра, цінний папір, віртуальний товар, засіб розрахунку, і т.д. Кожен з цих статусів передбачає відповідну реакцію уряду чи фіскальної служби, які можуть змусити власника, покупця чи продавця криптовалют сплачувати податки на додану вартість, на доходи, на виведений капітал, чи інші, а також відмовлятися вважати операції з ними правочинними. Як наслідок, криптовалюта може перетворитися з можливостей на тягар, яким можна буде скористатися тільки в межах “Крипто-Офшорів” (цифровому аналогу податкових гаваней), де обіг буде законодавчо дозволений (наприклад, Білорусь, Венесуела чи Кіпр).

Висновки. Отже, на основі проведеного дослідження можливостей та перспектив використання інформаційних технологій у фандрейзингу для соціальних проектів та стартапів ми дійшли висновку, що найбільш привабливим в умовах глобалізації є залучення фінансових ресурсів з використанням криптовалют, особливо за допомогою ICO. Традиційні недоліки та виклики обігу валют, заснованих на блокчейн технологіях, можуть стати конкурентними перевагами неурядових організацій чи малого бізнесу, що пропонують соціальні проекти чи інноваційні продукти не тільки вітчизняним, але і світовим донорам.

З іншого боку, у фінансово-економічно та геополітично нестабільному середовищі для вітчизняних фандрайзерів стає все більш важливим не лише пов'язати свій проект, організацію чи бізнес з “глибокими кишнями”, а залучити розумних та досвічених донорів та інвесторів зі зв'язками, здатних відкрити двері у світ бізнесу і притримати їх для проекту чи стартапу, що сподіваються на зростання та розвиток. Ці та інші питання сталості електронного фінансування в умовах глобалізації та цифровізації економіки потребують подальшого дослідження.

Література

1. Sargeant A. Fundraising Principles and Practice / A. Sargeant, J. Shang., 2nd edition. – 2017. – Wiley, New York – 712 p.
2. Charitable Giving Report. // Blackbaud Institute for Philanthropic Impact. – 2016. – №5.
3. 2017 Global NGO Online Technology Report. Research by Nonprofit Tech for Good [Electronic resource]. – Accessed mode : <http://techreport.ngo/previous/2017/english/2017report.pdf>
4. Ogborn M. Nonprofit Fundraising [Electronic resource] / Marcy Ogborn // Online Versus Traditional. – 2015. – Accessed mode : <https://www.givegab.com/blog/nonprofit-fundraising-online-vs-traditional/>.
5. Wilkinson J. What Type of Fundraising is Superior—Online or Offline? [Electronic resource] / Jay Wilkinson – . 2017. – Accessed mode : <http://nonprofitthub.org/fundraising/type-fundraising-superior-online-offline/>.
6. Offline Vs Online Fundraising – Which Option Is Better? [Electronic resource]. – 2017. – Accessed mode : <https://news.leetchi.com/offline-vs-online-fundraising-option-better/>.
7. Digital and Mobile Fundraising [Electronic resource]. – 2017. – Accessed mode : <https://knowhownonprofit.org/funding/fundraising/individual-giving/digital-fundraising>.
8. Jepson T. Innovative Online Fundraising Ideas For Nonprofits & Charities [Electronic resource] / Tina Jepson. – 2016. – . – Accessed mode : <https://www.causevox.com/blog/online-fundraising-ideas-nonprofits-charities/>.
9. Fundraising Ideas [Electronic resource]. – 2017. – Accessed mode : <https://www.givegab.com/blog/category/fundraising-ideas/>.
10. Fundraising Ideas. GiveGab Blog [Electronic resource]. – Accessed mode : <https://www.givegab.com/blog/category/fundraising-ideas/> [Electronic resource] / T. Jepson. – 2016. – . – Accessed mode : <https://www.causevox.com/blog/online-fundraising-ideas-nonprofits-charities/>.
11. Чернявська, О. В. Фандрайзинг: навч. посіб. / О. В. Чернявська, А. М. Соколова. – К. : ЦУЛ, 2013. – 188 с.
12. Ethical Fundraising [Electronic resource]. – 2017. – Accessed mode : <https://www.councilofnonprofits.org/tools-resources/ethical-fundraising>.
13. Principles of Practice: Fundraising Standards in European Educational Institutions [Electronic resource]. – 2017. – Accessed mode : http://www.case.org/Samples_Research_and_Tools/Principles_of_Practice/CASEEurope-FundraisingStandards.html.
14. Core Principles of Fundraising for Matt Talbot Community Trust [Electronic resource]. – Accessed mode : <http://www.matttalbot.org/wp-content/uploads/2016/11/CorePrinciplesofFundraisingforMattTalbotCommunityTrust.pdf>.
15. Fundraising principles [Electronic resource]. – 2006. – Accessed mode : <http://www.greenpeace.org/india/en/about/our-core-values/fundraising-principles/>.
16. Ciconte B. Developing Fundraising Policies and Procedures Best Practices for Accountability and Transparency [Electronic resource] / Barbara L. Ciconte // The Association Of Fundraising Professionals (afp). – 2007. – Accessed mode : <http://www.afpnet.org/files/contentdocuments/9%20developing%20fundraising%20policies%20and%20procedures.pdf>.
17. Hart J. Online vs. Offline Fundraising [Electronic resource] / Justin Hart. – 2008. – Accessed mode : <https://www.slideshare.net/LightedCandle/online-vs-offline-fundraising>.
18. I'm donating 5057 BTC to charitable causes! Introducing The Pineapple Fund [Electronic resource]. – Accessed mode : https://www.reddit.com/r/Bitcoin/comments/7jj0oa/im_donating_5057_btc_to_charitable_causes/.
19. Григоревська О. О. Особливості функціонування віртуальних криптовалют: економічний аспект [Електронний ресурс] / О. О. Григоревська, С. Л. Салазкін // Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – 2016. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/152.pdf>.
20. Васильчак С. В. Використання криптовалют в сучасних економічних системах України: перспективи та ризики / С. В. Васильчак, М. М. Куницька-Ляш, М. П. Дубина. // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. – 2017. – №19. – С. 19–25.
21. Всё, что нужно знать о волатильности биткоина [Електронний ресурс] // Insider Pro. – 2017. – Режим доступу : <https://ru.insider.pro/investment/2017-05-26/vsyo-chto-nuzhno-znat-o-volatilnosti-bitkoina/>.
22. What is a token sale (ICO)? Smith + Crown [Electronic resource]. – 2016. – Accessed mode : <https://www.smithandcrown.com/what-is-an-ico/>.

23. Красномовец П. Биткоин-киты: Как 1000 человек контролируют 40% всего рынка и могут им манипулировать [Электронный ресурс] / Павел Красномовец. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <https://ain.ua/2017/12/09/prodai-ranshe-kitov>.
24. Cryptocurrency Market Capitalizations [Electronic resource]. – . 2017. – Accessed mode : <https://coinmarketcap.com/coins/>

References

1. Sargeant, A., Shang, J. (2017) Fundraising Principles and Practice, 2nd edition, Wiley, New York, 712 p.
2. Charitable Giving Report (2016) Blackbaud Institute for Philanthropic Impact., №5.
3. 2017 Global NGO Online Technology Report. Research by Nonprofit Tech for Good. Retrieved from <http://techreport.ngo/previous/2017/english/2017report.pdf>.
4. Ogborn M. (2015) Nonprofit Fundraising . Online Versus Traditional Retrieved from <https://www.givegab.com/blog/nonprofit-fundraising-online-vs-traditional/>.
5. Wilkinson J. (2017) What Type of Fundraising is Superior-Online or Offline? Retrieved from <http://nonprofithub.org/fundraising/type-fundraising-superior-online-offline/>.
6. Offline Vs Online Fundraising – Which Option Is Better? (2017) Retrieved from <https://news.leetchi.com/offline-vs-online-fundraising-option-better/>.
7. Digital and Mobile Fundraising (2017) Retrieved from <https://knowhownonprofit.org/funding/fundraising/individual-giving/digital-fundraising>.
8. Jepson T. (2016) Innovative Online Fundraising Ideas For Nonprofits & Charities Retrieved from <https://www.causevox.com/blog/online-fundraising-ideas-nonprofits-charities/>.
9. Fundraising Ideas. GiveGab Blog. (Official site) Retrieved from <https://www.givegab.com/blog/category/fundraising-ideas/>.
10. Make your personal fundraising go further. PayPal. (Official site) Accessed mode : <https://www.paypal.com/us/webapps/mpp/fundraising>
11. Chernyavskaya, O. V., Sokolova, A. M. (2013) Fundraising: Teach. manual. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury (in Ukr.).
12. Ethical Fundraising (2017) Retrieved from <https://www.councilofnonprofits.org/tools-resources/ethical-fundraising>.
13. Principles of Practice: Fundraising Standards in European Educational Institutions (2017) Retrieved from http://www.case.org/Samples_Research_and_Tools/Principles_of_Practice/CASEEurope-FundraisingStandards.html.
14. Core Principles of Fundraising for Matt Talbot Community Trust (Official site) Retrieved from <http://www.matttalbot.org/wp-content/uploads/2016/11/CorePrinciplesofFundraisingforMattTalbotCommunityTrust.pdf>.
15. Fundraising principles (2006) Retrieved from <http://www.greenpeace.org/india/en/about/our-core-values/fundraising-principles/>.
16. Cicone, B. (2007) Developing Fundraising Policies and Procedures Best Practices for Accountability and Transparency. The Association Of Fundraising Professionals (afp.) Retrieved from <http://www.afpnet.org/files/contentdocuments/9%20developing%20fundraising%20policies%20and%20procedures.pdf>.
17. Hart, J. (2008) Online vs. Offline Fundraising Retrieved from <https://www.slideshare.net/LightedCandle/online-vs-offline-fundraising>.
18. I'm donating 5057 BTC to charitable causes! Introducing The Pineapple Fund (2017) Retrieved from https://www.reddit.com/r/Bitcoin/comments/7jj0oa/im_donating_5057_btc_to_charitable_causes/
19. Grigorevska, O. O., Salazkin, S. L. (2016) Peculiarities of the functioning of virtual crypto-goods: the economic aspect. Nikolayev National University. Sukhomlinsky - Retrieved from <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/152.pdf>. (in Ukr.).
20. Vasilchak, S.V., Kunitskaya-Ilyash, M.M., Dubina, M.P. (2017) The use of cryptography in modern economic systems of Ukraine: prospects and risks. Scientific Bulletin of the Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology named after S.Z.Gzhytsky. №19. P. 19-25. (in Ukr.).
21. Everything you need to know about bitcoin's volatility (2017) Insider Pro. Retrieved from <https://ru.insider.pro/investment/2017-05-26/vsyo-cto-nuzhno-znat-o-volatilnosti-bitkoina/>. (in Ukr.).
22. What is a token sale (ICO)? Smith + Crown (2016) Retrieved from <https://www.smithandcrown.com/what-is-an-ico/>
23. Krasnomovets, P. (2016) Bitcoin-whales: How 1000 people control 40% of the entire market and can manipulate them. Retrieved from <https://ain.ua/2017/12/09/prodai-ranshe-kitov>. (in Ukr.).
24. Cryptocurrency Market Capitalizations (Official site) Retrieved from <https://coinmarketcap.com/coins/>

Стаття надійшла до редакції 18.10.2017.