

МИХАЙЛИНА СКОРИК

# ДІЄВИЙ КРАУДФАНДИНГ:

ЩО ПОТРІБНО ЗНАТИ ГРОМАДСЬКІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ,  
ЩОБ ЕФЕКТИВНО ЗБИРАТИ ПОЖЕРТВИ  
ЧЕРЕЗ ВЛАСНИЙ САЙТ



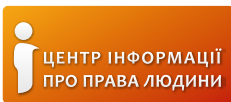
М. Скорик. Дієвий краудфандинг: що потрібно знати громадській організації, щоб ефективно збирати пожертви через власний сайт / Центр інформації про права людини. – Київ, 2018. – 30 с.

У цьому посібнику містяться поради для громадських організацій щодо краудфандингу – залучення коштів від прихильників через сайт організації. Зокрема, йдеться про те, як працює краудфандинг, навіщо залучати кошти від населення і на які цілі, як врахувати особливості українського законодавства при зборі коштів онлайн, як працює система збору коштів онлайн, як вибрати агрегатор платіжних систем, які документи потрібні для укладання договору з агрегатором, як приймати кошти від жертводавців з-за кордону та як звітувати, щоб не втратити довіру. Посібник буде корисним усім громадським організаціям, які хочуть ефективно збирати пожертви на власну діяльність через сайт організації.

Авторка тексту – Михайлина Скорик

Редакторка – Тетяна Печончик

Дизайн та верстка – Павло Резников



Посібник підготовлений Центром інформації про права людини в рамках регіонального проекту Нідерландського Гельсінського Комітету та Гельсінського Фонду з Прав Людини (Польща) «Підтримка правозахисників на пострадянському просторі» за фінансової підтримки Міністерства закордонних справ Королівства Нідерланди. Думки, висловлені у цій публікації, є думками авторів і не обов'язково відображають офіційну позицію проекту.



## Зміст

Як працює краудфандинг? .....	5
Навіщо краудфандити? .....	6
З чого варто починати? .....	8
Хто буде вашим донором і на що даватимуть гроші? .....	9
Як врахувати особливості українського законодавства при зборі коштів онлайн? .....	11
Де і як розташувати кнопку на сайті? .....	12
Як працює система збору коштів онлайн? .....	14
Як вибрати агрегатор платіжних систем? .....	15
WayForPay .....	16
LiqPay .....	17
Ipay.....	18
Мобільні гроші від Київстар .....	19
Що потрібно, щоб активувати онлайн-платежі на вашому сайті? .....	20
Які документи потрібні для укладання договору із агрегатором? .....	21
Як приймати кошти від жертводавців з-за кордону? .....	22
Як звітувати, щоб не втратити довіру? .....	23
Історії успіху .....	26

Понад 25-річна практика існування українських незалежних громадських організацій показує, що третій сектор добре вміє залучати гроші від міжнародних донорів, але майже не працює з індивідуальними жертводавцями – як всередині, так і за межами країни. Цей посібник має на меті допомогти неурядовим громадським організаціям (НГО) задіяти в роботі таке нове джерело фінансування діяльності, як внески громадян.

У вас може бути цікава та суспільно важлива ідея, але не вистачає ресурсів для її реалізації. Або, навпаки, ви вже здійснюєте потрібний для певної спільноти проект на кошти донора, і вам хотілося би продовжити його попри те, що скоро донорське фінансування закінчиться.

**Краудфандинг** – тобто збір грошей серед населення – чудове рішення для схожих ситуацій. Це не лише спосіб знайти фінансування, але й своєрідна перевірка, наскільки ваша ідея затребувана в суспільстві, скільки однодумців ви маєте, чи добре ви доносите корисність своєї роботи прихильникам і чи має вона потенціал серед людей, які досі були геть незнайомими з вашою діяльністю.



## Як працює краудфандинг?

Інтернет-технології дозволяють кожній громадській організації, проекту чи людині залучати гроші з будь-якого куточку світу. Адже якщо йдеться про захист популяції дикого голуба-припутня в лісах Київщини, цілком можливо, що вас захочуть підтримати не лише захисники птахів в Україні, а й активісти південної Європи, де цей голуб зимує.

Російський журналіст і критик Кремля Арнадій Бабченко, чиє ім'я нині на слуху, зміг зробити більшість своїх військових репортажів саме тому, що залучив незалежне фінансування для поїздок на Донбас від своїх читачів. Він влаштовував міні-промокампанії, розміщуючи анонси на фейсбуку з банківськими реквізитами під ними, і збирав таким чином пожертви для подальшої роботи на лінії фронту – це також один зі способів краудфандингу. Бабченко діяв як приватна особа, тому його досвід не можна застосувати до громадських організацій та юридичних осіб, але цей приклад показує, що завдяки краудфандингу можна розвивати важливу для суспільства діяльність.

У більшості країн світу існують спеціальні платформи для збору коштів під корисні, потрібні та недооцінені в суспільстві ідеї. Найпопулярнішою платформою в Україні є [Спільнокошт – “Велика ідея”](#). Саме завдяки ньому “Громадське радіо” збирано кошти для розширення мережі, а EdEra нині фандрайзить для розвитку освітньої онлайн-платформи.

Відеопосібник для вчителів “Протидія цькуванню в школі на підставі інакшості” зібрав 85 тисяч гривень (при мінімально необхідних 82 тисячах) всього від 26 благодійників. А “Громадське радіо” підтримало кількасот осіб, що дозволило журналістам акумулювати 15% від суми в 3 млн грн на розширення регіональної мережі мовлення.

Схожим чином працює [People's Project](#), який залучає гроші на складні операції для поранених українських вояків. Там як сама організація, так і військові та їхні родини розказують історії, описують потреби, організовуючи якнайширший збір коштів на лікування. І кожен новий солдат, по суті,

підтримує не просто себе, а й залучає фінанси для тих, кому вони будуть потрібні в майбутньому.

Тож успішність кампанії залежить не тільки від ідеї, а й від продуманості ініціативи, механізму її реалізації та промоції проекту через медіа, соціальні мережі та на ваших публічних заходах.

Та хай вас не лякають ці застереження, а надихають ретельніше підійти до планування онлайн-кампанії зі збору коштів під певний задум. Адже якщо ви – громадська організація, яка вже має авторитетне ім'я і сформувала на сайті лояльну цільову аудиторію, то збір грошей від ваших прихильників через сайт – найпростіший спосіб виміряти реальну підтримку від людей, в інтересах яких працює третій сектор.



## Навіщо краудфандити?

Після Євромайдану та зрушення багатьох важливих реформ в Україні увага інституційних донорів до підтримки уряду та громадських організацій в країні залишається на високому рівні. Багато НГО, які займаються боротьбою з корупцією, правами людини та іншими важливими для розвитку країни сферами, отримують достатнє фінансування від міжнародних організацій та урядів західних країн.

Але так буде не завжди. Зміни регіональних чи тематичних пріоритетів донорів можуть мати негативний вплив на стійкість організацій, адже іноземне фінансування не вічне і дуже нестабільне.

Більше того, політичні зміни в країні можуть спровокувати ризики відкату демократії та наступу на громадянське суспільство, що може призвести до обмеження фінансування з боку іноземних донорів (як це відбулося в Росії, Білорусі, Казахстані та інших країнах). Йдеться про введення законодавства про «іноземних агентів», «небажані організації», заборони «іно-

земним агентам» займатися певними видами діяльності, запровадження надмірної і дискримінаційної звітності для НГО, які мають іноземне фінансування, тощо.

Хоча такі варіанти розвитку подій і не здаються дуже вірогідними для України, втім, виключати їх не можна. Більш того, закони, які обмежують діяльність громадянського суспільства, в Україні уже з'явилися – наприклад, через запровадження Верховною Радою України у 2017 році електронного декларування для антикорупційних активістів. Крім того, в українському парламенті перебувають ще декілька законопроектів, прийняття яких може мати «заморожуючий ефект» для громадянського суспільства, зокрема для НГО, які отримують іноземне фінансування<sup>1</sup>.

Через такі реалії все більше організацій в Росії та інших країнах намагаються створити базу донорів усередині країни та залучати кошти від прихильників через краудфандингові кампанії.

Підтримка власного громадянського суспільства, в тому числі фінансова, надзвичайно важлива для визнання авторитетності та легітимності НГО з боку населення.

Як показує практика останніх років, і українці, і іноземці охоче жертвують кошти на ідеї, які вони вважають потрібними як для певної країни, так і для людства загалом. Ключове питання в тому, кому дають фінансування, а кому ні – це довіра до вас особисто і впевненість, що організація витратить кошти саме на заявлені цілі.

Ця довіра, звісно, базується на вашій репутації, але також залежить від прозорості фінансових звітів. Ми про це поговоримо детально в нашому посібнику – як збирати кошти онлайн, як інформувати про роботу та як звітувати так, щоб не втрачати довіру серед потенційних прихильників.

<sup>1</sup> Наприклад, законопроект №8501 від 20 червня 2018 року «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо прозорості та відкритості інформації про діяльність благодійних організацій та громадських об'єднань, які отримують фінансування від іноземних держав та іноземних неурядових організацій», який передбачає запровадження додаткової звітності для громадських об'єднань та благодійних організацій, які фінансуються більше ніж на п'ятдесят відсотків іноземними державами та іноземними неурядовими організаціями. Крім того, фракція «Народний фронт» заявила, що ініціює створення законопроекту про реєстрацію іноземних агентів в Україні. На момент публікації цього посібника законопроект ще не був зареєстрований у парламенті.

Підсумовуємо: навіщо громадським організаціям потрібно краудфандити?

По-перше, це додаткове незалежне джерело фінансування. По-друге, це мірило вашої впливовості, що дає розуміння важливості запропонованого проекту для суспільства. По-третє, це чудовий індикатор для донорів, що ваша робота справді затребувана в країні.



## З чого варто починати?

Збір пожертв онлайн від громадян, які підтримують діяльність певної неурядової громадської організації – звична практика у розвинутих демократичних країнах. Проектуючи сайти, НГО там одразу передбачають кнопку **Donate** (“Підтримайте нас фінансово”), щоб спростити цей процес для своїх прихильників.

В Україні цей спосіб підтримки організації лише набуває поширення. Хоча насправді залучати кошти благодійників не складно і не заборонено українським законодавством. По суті, є лише три чинники, які гальмують цей процес:

- 1 На відміну від благодійних фондів, які вже багато років успішно працюють з онлайн-пожертвами, бухгалтери громадських об'єднань не мають великої практики роботи з цим видом платежів, тому мають багато запитань щодо звітності.
- 2 НГО не завжди вміють правильно розрекламувати мету збору коштів та відзвітувати про їхнє використання перед своїми благодійниками, які часто бувають не менш вимогливими, ніж міжнародні донори.
- 3 Серед українців не сформована звичка жертвувати кошти на діяльність певних громадських організацій, попри те, що вони вже давно і охоче підтримують корисні та цікаві ініціативи через той же Спільнокошт та допомагають фінансово онлайн конкретним людям, які опинилися у скрутній ситуації – наприклад, хворим дітям, людям з інвалідністю чи внутрішньо переміщеним особам.



У цьому посібнику ми узагальнили успішну практику українських НГО в зборі грошей через інтернет в надії, що цей досвід надихне кожного з вас на роботу з відвідувачами ваших сайтів та прихильниками вашої діяльності.

Кожен, хто працює з приватними жертводавцями, знає, що головне – прийняти рішення і почати працювати в цьому напрямку. Навіть якщо одразу ви не залучили бажану суму, це не значить, що потрібно зупинитися. Експериментуйте. Плануйте кампанії, аналізуючи успіхи та помилки.

Намагайтеся пояснити свою задумку так, щоб людям хотілося вкласти в неї гроші. Адже по суті це та сама інвестиція у вашу діяльність. Тільки на виході благодійник очікує отримати не якісь матеріальні блага, а задоволення від того, що підтримав потрібну суспільству справу.



## Хто буде вашим донором і на що даватимуть гроші?

Оголосивши про збір коштів на ваш проект онлайн, ви можете й не здогадуватися, хто і чому захоче його підтримати. Лише пройшовши певний шлях, накопичивши певну суму грошей, ви зможете намалювати реальний портрет свого жертводавця.

Це може бути студентка чи пенсіонер, керівниця великої транснаціональної компанії, директор школи або приватний підприємець, що торгує фруктами на ринку, це може бути дипломат, який попросить, наприклад, щоб ви не вказували його ім'я публічно.

Важливо пам'ятати, що навіть, якщо треба зберегти анонімність, важливо, щоб у звіті фігурувала сума від кожної людини – від цього залежить довіра до вашої діяльності як на старті, так і в майбутньому.

Попри те, що люди охоче дають кошти тим, хто їх потребує, почати залучати такі гроші не дуже просто. Адже найперше вам треба переконати інтернет-аудиторію, що ваш проект важливіший за те, на що людина розраховувала витратити заробіток, поки про вас не знала.

Тобто пожертви – це завжди питання пріоритетів: купити кілограм морозива чи віддати ці гроші на адвокатів для захисників зелених зон; витратити на вейкбординг чи на організацію, що перевіряє прозорість діяльності благодійних фондів в Україні; пожертвувати бабці коло храму чи щомісячно фондувати ваш проект, спрямований на системну підтримку людей похилого віку.

Тут діє лише одне жорстке правило – чим зрозуміліше і конкретніше ви опишете свою роботу, тим більшою буде кількість благодійників та сума залучених коштів.

Можна збирати кошти на роботу організації в цілому, але при цьому така діяльність має бути зрозумілою для цільової аудиторії та містити звіти про конкретні результати і досягнення, яких змогла добитися НГО.

Другий можливий варіант – це збір коштів під конкретний проект, який ініціює ваша організація. Наприклад, на підтримку дітей кримських політичних в'язнів або висадку весною 300 молодих дубів чи прибирання сміття на великій площі закинутого парку легше згуртувати людей, ніж для адвокації захисту прав всіх політв'язнів чи боротьбу за чистоту довкілля по всій Україні.

На етапі планування онлайн-кампанії під проект важливо бути максимально конкретними. Чим простіше жертводавцю уявити фінальний результат вашого проекту, тим більше шансів для вас зібрати суму, необхідну для його реалізації.



## Як врахувати особливості українського законодавства при зборі коштів онлайн?

Бухгалтери, що працюють з третім сектором, відзначають, що українське законодавство дозволяє НГО збирати пожертви на статутну діяльність – за умови, що це передбачено в статуті вашої організації. Тобто призначення платежу варто вказувати, як **“безповоротна фінансова допомога на виконання статутних цілей”**.

При цьому представники ГО “Центр протидії корупції”, які працюють з онлайн-пожертвами з 2014 року, зазначають, що призначення платежу та формулювання у статуті організації мають збігатися.

Зокрема, у розділі, де йдеться про майно та кошти НГО, має бути пункт, який дозволяє залучати **“кошти та майно, які надходять безпосередньо або у вигляді безповоротної фінансової допомоги, у вигляді грантів або добровільних пожертв фізичних та юридичних осіб, у тому числі іноземних”**.

Тому перед запуском краудфандингової кампанії на сайті радимо переконатися у тому, що ваші статутні документи дозволяють це робити згідно з чинним законодавством та, у випадку необхідності, привести їх у відповідність.

При цьому бухгалтери радять в призначенні платежу вказувати “на статутну діяльність”, а вже потім, якщо кошти збираються на конкретний проект організації, уточнювати суть проекту, якщо це важливо для жертводавців.

Як ми відзначали, точковий проект завжди успішніший у краудфандингу, ніж загальна корисна справа. Якщо він потребує великої суми коштів, то практики радять відкривати окремий рахунок для пожертв, але це не обов’язково.



## Де і як розташувати кнопку на сайті?

Щоб кнопка збору пожертв на сайті працювала ефективно, найперше її потрібно правильно розташувати – так, щоб її побачила максимальна кількість відвідувачів. За узагальненою статистикою, лише 20% користувачів заходять на сайт з головної сторінки, а 80% потрапляють безпосередньо на сторінку тексту чи відео, які їх цікавлять. Тому кнопку важливо інтегрувати так, щоб її було видно і на головній сторінці, і всередині статті.

**Ключове правило:** кнопку варто зробити наскрізно, провівши кнопку через всі сторінки сайту.

Є три типові місця для розміщення:

- 1 У **хедері** (шапці) головної сторінки, який повторюється на всіх сторінках сайту.



- 2 У хедері головної сторінки і в **правій колонці** на внутрішніх сторінках сайту.



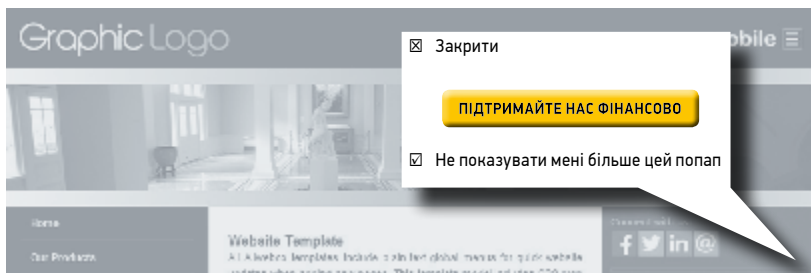
- 3 У хедері головної сторінки і в **спеціальному блоці** під текстом на внутрішніх сторінках.



Якщо ви маєте усталену аудиторію і добре знаєте її звички, кнопку можна інтегрувати і в будь-якому іншому місці сайту – головне, щоб вона стала видима для всіх користувачів.

Наприклад, пропозицію підтримати вашу організацію пожертвою можна розмістити у вигляді **popup (pop-up)**, що вискакує кожному користувачу, який зробив скрол або провів на сайті більше однієї хвилини.

Попри те, що користувачі загалом не люблять попапів, цей спосіб буде ефективним, якщо ви: по-перше, передбачите кнопку “Закрити”; по-друге, інтегруєте галочку **“Не показувати мені більше цей попап”**, щоб кожен міг добровільно і без стресу відключити цю пропозицію; по-третє, напишете доброзичливий текст, який мотивуватиме вашу аудиторію перейти на сторінку оплати.



Якщо ви запускаєте новий сайт із кнопкою “Підтримайте нас фінансово”, рекомендуємо не лише встановити кнопку на видному місці, а й використати попап на 1–3 місяці як рекламу для цієї функції.

Ще один варіант, який варто задіяти в соціальних мережах, – це налаштувати кнопку “Пожертвувати” в Facebook.



Це нескладно зробити, користуючись налаштуваннями цієї соціальної мережі.



## Як працює система збору коштів онлайн?

Кнопка *“Підтримайте нас фінансово”* є нічим іншим, як віртуальним рахунком, аналогом *“віртуального гаманця”*, яким ви користуєтеся для розрахунків у будь-якому онлайн-магазині.

Тож не варто ставити перед програмістами завдання створити вам унікальну платіжну систему, тобто персональний *“віртуальний гаманець”*, а краще ретельно вибрати одне з готових програмних рішень, яке підходить саме для вас.

Якщо певна компанія може собі дозволити працювати з одним із банків, то, збираючи пожертви онлайн, потрібно передбачити, що люди перераховуватимуть вам кошти з різних банків, у різний час та в різних валютах.

Відповідно ваша *“кнопка”* повинна приймати мультивалютні платежі з різних банків без збоїв 24 години на добу 7 днів на тиждень.

Оптимальне рішення – підключити на ваш сайт котрийсь із агрегаторів платіжних систем, тобто компаній, які уповноважені приймати платежі від Visa, Mastercard та інших міжнародних платіжних систем.

**Агрегатор** – це по суті сервісна інтернет-платформа, яка забезпечує проходження платежів онлайн з різних країн. Вона відповідає низці критеріїв безпеки інтернет-платежів, є верифікованою світовими платіжними системами, з якими співпрацює, а також бере з користувачів за свої послуги від 2 до 5 відсотків з суми платежу, що і є заробітком такого сервісу.

Важливо відзначити, що цей відсоток сплачуватиме НГО, а не благодійник, тобто зі 100 перерахованих вам гривень, на рахунок падатиме 95-98 гривень, що також важливо пояснювати під час звітності, аби сума перерахованих та витрачених коштів збігалася з точністю до копійки.

З погляду програмістів така ваша *“кнопка”* буде шматком програмного коду, який надає компанія-агрегатор, – його інтегрують у код вашого сайту.

Це недороге рішення, яке потребує:

- нескладних переговорів, що на практиці займають від тижня до місяця;
- підписання договору з компанією-агрегатором (хоча деякі з них працюють і без договорів);
- власне інтеграції програмного коду агрегатора на сайт вашої громадської організації.



## Як вибрати агрегатор платіжних систем?

Найвідоміші у світі платіжні системи, такі як PayPal, Apple Pay, Google Pay, повноцінно не працюють з українськими електронними картками через обмеження нашого регуляторного законодавства.

Водночас в Україні діють десятки агрегаторів для підтримки різних платіжних систем, частина з яких навіть спеціалізується на роботі з громадськими організаціями.

Звісно, між ними є відмінності, зокрема щодо часу проходження грошей, комісії, яку зніматимуть з суми, та в роботі з платежами з-за меж України. А сам ринок агрегаторів нині трансформується: після заборони на державному рівні російської системи електронних грошей WebMoney та агрегатора PayMaster, розширюються українські та міжнародні сервіси.

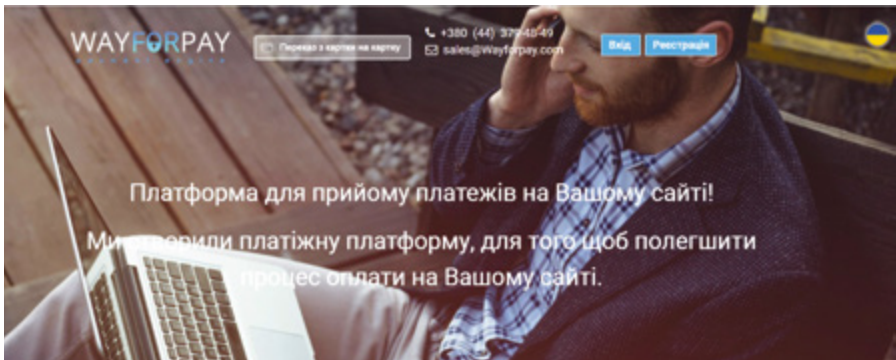
Оскільки усі агрегатори пропонують готові рішення, то вибирати, яке з них найкраще підходить під ваші завдання, звісно, вам. Ми рекомендуємо власникам використовувати ті, які підтримують більшу кількість способів оплати, а не обмежуються тільки одним або двома.

Нижче опишемо ключові агрегатори та відмінності між ними, щоб полегшити цей вибір.

## WayForPay

<https://wayforpay.com>

Український платіжний агрегатор, що існує на ринку з 2014 року і встиг завоювати повагу клієнтів. Ця система вимагає обов'язкового підписання типового договору, що добре для роботи НГО.



Реєструючись, ви залишаєте дані про свій сайт (країна, адреса веб-ресурсу, електронна пошта) і прив'язуєте певну банківську карту або рахунок організації. Можливість приймати оплату через сайт відкриється для вас вже за кілька годин після заповнення заявки та підключення агрегатора.

У WayForPay є готові платіжні модулі, які ви чи ваші розробники зможуть самостійно інтегрувати на сайт. Цей сервіс має свою службу моніторингу транзакцій, що допомагає підтримувати високу прохідність транзакцій. Саме тому тут рідше блокують міжнародні платежі, ніж в інших системах.

При цьому з суми платежу списуватимуть 2,5%, що загалом є середнім відсотком по ринку. У WayForPay при цьому зазначають, що в них також можливі персональні пропозиції з особливими умовами, залежно від розміру загального обороту організації.

За замовчуванням комісію сплачує той, хто переказує гроші, хоча є можливість змінити налаштування таким чином, щоб її сплачував отримувач платежу.



Одним із недоліків цієї системи є те, що термін надходження грошей на рахунок становить один день. Тобто кошти з сьогоднішнього перерахунку ви найімовірніше отримуватимете на наступний день.

Зате агрегатор має сертифікат безпеки PCI DSS, застосовує схему захисту від шахрайства WayForPay AntiFraud і підтримує 3D Secure, тобто дотримується всіх стандартів безпеки платежів в інтернеті.

Підключити цю платіжну систему можна абсолютно безкоштовно без жодної абонплати.

## LiqPay

<https://www.liqpay.ua>

Український платіжний агрегатор, добре налаштований під користувачів «Приват24» Приватбанку та інших українських банків, а також приймає платежі зі 150 країн світу, підтримує картки Visa/Mastercard будь-якого банка-емітента.

Ця компанія була заснована ще в 2008 році як альтернатива WebMoney і PayPal, а її популярність зростала разом з материнським ПриватБанком, який активно просував онлайн-платежі в Україні.

LiqPay – найзручніший сервіс для тих НГО, які мають рахунок в Приват-банку, без якого ви не зможете підключити цей агрегатор.

Ідентифікатором тут є ваш номер телефону, введений в міжнародному форматі, а рахунок прив'язаний до банківської картки Приват. Комісія становить 2,75% від суми платежу.

З боку жертводавця це досить зручний сервіс, адже більшість українців звикли до онлайн-сервісів Приват. При виборі способу оплати їм достатньо вибрати варіант LiqPay, вказавши, яким чином будуть списані кошти – банківська карта Visa або Mastercard (для власників карт будь-яких банків), LiqPay/Приват 24 (для власників карт ПриватБанку). Також цей агрегатор надає варіант «готівкове поповнення», якщо клієнт хоче закінчити транзакцію через термінал.

## Ipay

[www.ipay.ua](http://www.ipay.ua)

Українська інтернет-платформа, яка співпрацює з провідними платіжними системами світу – Visa та MasterCard і стрімко набирає популярність й охоче працює з фінансами громадських організацій.

The screenshot displays the iPay.ua website interface. At the top left is the logo 'iPay.ua'. On the right, there are links for 'UKR' and 'Особистий кабінет'. The main heading reads 'Онлайн платежі та перекази за 1 хвилину'. Below this is a search bar with the placeholder text 'Введіть сервіс який хочете оплатити' and a magnifying glass icon. Underneath the search bar, it says 'Наприклад: кав'ярня, каволенеро, вода, кав'ярня'. The interface features a grid of service tiles:

- Переказ з картки на картку**: Могли карткою банку переказати
- Оплата рахунку за реквізитами**: Оплата будь-якого рахунку і квитанції
- Масовий збір коштів**: Збір грошей на якийсь захід
- Поповнення мобільного**: мобільний, Київстар, Лайфсел
- Оплата інтернету**: Інтернет, Віпак, Київстар
- Комуніальні послуги**: Газ, вода, електроенергія
- Оплата дитячого садку**: Комуніальні та приватні
- Он-лайн Страхування**
- Переказ грошей на картку**: MONEGO
- Інші послуги**: Телебачення, телефонний з'їздок, вода... (with a right-pointing arrow)

Свою конкурентною перевагою позиціонує зручність (оплату можна провести за одну хвилину) та цілодобовий режим роботи.

Має сертифікат відповідності світовим стандартам безпеки PCI DSS. Комісія цього агрегатора становить 1% + 5 грн від суми платежу.



## Мобільні гроші від Київстар


<https://money.kyivstar.ua>

Ще одним зі зручних для користувачів “Київстарту” інтегратором є сервіс “Мобільні гроші”, який дозволяє поповнити рахунок з телефону, що зручно для абонентів.


© SMART.PROM.ua Соціальні проекти

Увага! Оплата послуг доступна абонентам передплатеного зв'язку

Я ХОЧУ ОПЛАТИТИ:   

 **Соціальні проекти**

**МІНОБОРОНИ - МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

 **Внесок на матеріально-технічне забезпечення Міноборони**

НОМЕР ТЕЛЕФОНУ


Введіть номер свого мобільного телефону

СУМА КОМІСІЯ

№ 1-80-4999 1794  
0.90% на суму

**Сума платежу ЗАЛЮБИТИ вище за межами переказується 4999 00 1794**

Всього до оплати, включена комісія  
**500.00**

 **Додати сервіс в обране**

Додайте сервіс в обране щоб він завжди був у Вас під рукою [Додати](#)

Послуга переказу з картки на картку надається абонентам “Київстарту” фінансовою компанією ТОВ «Глобалмані» через «Таскомбанк». Нею користується “Спільнокошт”, “Громадське радіо”, з десяток благодійних фондів і навіть Міністерство оборони України.

Перевага “Мобільних грошей” в тому, що в рамках “Соціальних проектів” Київстар може не брати комісію або встановлює її на рівні 1,5%, як у випадку з МБФ “Українська біржа благодійності”.



## Що потрібно, щоб активувати онлайн-платежі на вашому сайті?

Ми описали кілька з можливих варіантів переказу грошей на ваш рахунок. Вибрати один із цих або з десятків інших агрегаторів, що працюють на ринку, вам допоможе ваша команда розробників сайту.

Що потрібно усвідомлювати вам, щоб прийняти правильне рішення?

- 1 Обрана система має підтримувати якнайбільше можливих способів оплати і працювати без збоїв, адже жертводавець навряд чи спробує удруге, якщо платіж не пройде з першого разу.
- 2 Готові рішення, які існують на ринку агрегаторів – дешеві і надійні, тож не варто винаходити велосипед і вимагати унікальну розробку саме для вас – це буде дуже дорого, довго та нефункціонально.
- 3 Обраний вами спосіб платежу має бути простим і зручним для платника, інакше він не доведе транзакцію до кінця і більше ніколи не повернеться.

Тому можна встановити два-три різні способи оплати, які доповнюватимуть один одного, щоб людина скористалася тим, до якого вона більше звикла.

Для вибору оптимальної системи платежів чи агрегатора під кнопку на ваш сайт варто врахувати таке:

- хто буде платником;
- який спосіб оплати є найбільш звичним для потенційних жертводавців;
- який відсоток за свої послуги бере кожен з агрегаторів, що вам підходить.

Відповіді на ці запитання дозволять вам звузити список до однієї-двох-трьох платіжних систем, які в підсумку і запрацюють на сайті.

Що ще може вплинути на ваше рішення працювати з тією чи іншою системою?

Агрегатори можуть співпрацювати з вами як за договором, так і без. Причому здебільшого це договір типового зразка, який передбачає, що в підсумку електронні гроші потрапляють на розрахунковий рахунок організації.

Податки з такої транзакції платить агрегатор – за рахунок отриманих відсотків, у той час як пожертви на рахунок НГО податками не обкладаються, відповідно до неприбуткового статусу вашої організації.



## Які документи потрібні для укладання договору із агрегатором?

Типовий договір для прийому платежів онлайн вам надасть кожен з агрегаторів, що працюють в Україні. До нього вас попросять надати повний пакет документів, який є обов'язковим для кожної організації, що працює з платежами онлайн, а також заповнити дві типові анкети за зразками Національного банку України, відповідно до Правил проведення фінансового моніторингу – анкету про запобігання протидії відмиванню грошей та анкету юридичної особи.

Список інших обов'язкових документів для НГО такий:

1. Копія Статуту
2. Свідоцтво про державну реєстрацію єдиного зразка
3. Виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців
4. Витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців
5. Довідка Організації про порядок сплати ним податку, тобто свідоцтво неприбутковості

6. Довідка з обслуговуючого банку про наявність поточного рахунку
7. Копія документів, що підтверджують повноваження особи, що буде укладати договір від імені Організації:
  - протокол вищого органу управління Організації
  - наказ про обрання/призначення керівника
  - довіреність
8. Копії паспортів (всі сторінки із записами) та ідентифікаційні номери керівництва Організації (керівника, бухгалтера, інших осіб, які мають право підпису фінансових документів)

По суті це стандартний пакет документів, що просить банк, коли ви відкриваєте рахунок. Потому вони проводять перевірку вашої організації, ви підписуєте договір, після чого технічні спеціалісти можуть інтегрувати програмний код під кнопку на сайт.



## Як приймати кошти від жертводавців з-за кордону?

Попри те, що відразу важко спрогнозувати, хто стане вашим жертводавцем, цілком реально оцінити, з якої країн надходитимуть кошти. Якщо це буде переважно Україна, то вам достатньо обрати будь-який зі вище вказаного списку агрегаторів.

Якщо ж ви розраховуєте на вагому кількість пожертв зі Сполучених Штатів Америки чи Канади, де користуються PayPal, що працює з Україною в обмеженому режимі, то вам потрібно врахувати, що, згідно з українським законодавством, фізична особа з-за кордону не може перераховувати валюту на рахунок громадської організації.

Тому деякі організації роблять помилку: щоб обійти це обмеження, підключають PayPal фізичної особи, що має рахунок в іноземному банку. Не

радимо так чинити, адже, окрім всього, це може призвести до непорозумінь та звинувачень у непрозорості вашої організації.

Натомість є інший, легальний шлях для збору пожертв на міжнародному рівні – через дружню громадську організацію, зареєстровану за кордоном, яка має рахунок, прив'язаний до PayPal. Відповідно пожертви з-за меж країни надходять в Україну через договір між двома громадськими організаціями, що цілком прийнятно у рамках чинного законодавства.

При цьому треба зважити, чи варта сума пожертв витрат на адміністрування такої іноземної ГО, адже їх не уникнути. Тобто є сенс це робити лише у випадку, коли ви маєте стабільних донорів за кордоном або якщо плануєте стабільно стимулювати там своїх прихильників давати гроші.

➔ А тепер переходимо до наступного етапу: поговоримо про те, як вибудувати довіру та заохотити людей підтримувати вас фінансово.



## Як звітувати, щоб не втратити довіру?

Прозорість та повнота фінансового звіту – це головний чинник побудови довіри до вашої діяльності. Більшість організацій, які лише починають працювати з пожертвами, вважають, що достатньо оприлюднити фінансовий звіт за квартал чи за рік, і це свідчитиме про прозорість роботи.

Практики ж, які збирали сотні тисяч гривень онлайн, наголошують: тут дуже важлива регулярна комунікація з людьми, що вас підтримують: потрібно вибудувати не лише прозору систему інформування, зрозумілу кожному, хто надав вам гроші, а й постійно заохочувати тих, хто ще роздумує, чи варті ви його підтримки.

У звіті людей цікавить три ключові речі:

- 1 ЧИ ПОКАЗАЛИ ВИ СУМУ, ЯКУ ВАМ БУЛО ПЕРЕРАХОВАНО, У ПУБЛІЧНОМУ ЗВІТІ
- 2 ЯКА ЗАГАЛЬНА СУМА ЗІБРАНИХ КОШТІВ ЗА ПЕВНИЙ ПЕРІОД
- 3 ЯК ЦІ ГРОШІ БУЛИ ПОТРАЧЕНІ – З ТОЧНІСТЮ ДО КОПІЙКИ

Розуміючи логіку жертводавця, звіти потрібно складати та оприлюднювати так, щоб кожному було зрозуміло, на що пішла саме його пожертва, скільки грошей з благодійних внесків у вас є на даний момент та скільки вам ще потрібно і навіщо. Люди за цим слідкують дуже пильно, адже вони інвестують у ваш результат, навіть якщо хтось вирішив залишитися анонімним благодійником.

Хоча українські громадські організації мають відносно невеликий досвід роботи з пожертвами від громадян, структура, яка може перевірити вашу роботу в цьому напрямку, активно функціонує вже кілька років – це проєкт [Charity Tuner](#), який спеціалізується саме на моніторингу звітності благодійних фондів та НГО.

Їхні принципи моніторингу в роботі громадських організацій з благочинними пожертвами допомагають визначити, наскільки НГО дійсно дотримуються [Порядності та Прозорості](#).

Що саме перевіряють?

1. Чи звітує організація про свої проєкти в принципі?
2. Чи публікує організація регулярні фінансові звіти – щомісяця або хоча б щокварталу?
3. Чи підтверджує організація всю свою діяльність регулярними фото- та відеозвітами про роботу?
4. Чи є інші джерела, які підтверджують конкретну роботу вашої НГО?
5. Чи показує організація у звітах, скільки витрачає на утримання структури НГО: зарплату, оренду приміщень, закупівлі обладнання для свого персоналу тощо?



6. Чи показує організація всі джерела надходження коштів та майна?
7. Чи публікує організація інформацію про свої керівні органи: засновників, дирекцію, правління, наглядову або опікунську ради, якщо такі є?
8. Чи публікує організація свої установчі документи: статут, правила, принципи, процедури, рішення керівних органів щодо змін в цих документах?
9. Чи є люди, що входять до керівних органів НГО, пов'язаними особами і як в організації ухвалюються рішення, що потенційно підпадають під визначення «конфлікту інтересів»?
10. Чи спрямована діяльність організації саме на досягнення суспільно важливих цілей, а не PR-супровід своїх засновників?

Якщо ви без проблем відповіли на всі 10 запитань, то зверніть увагу також на те, як саме ви показуєте звіти людям.

Доводилося зустрічати сайти, де кнопка про збір пожертв розташована в одному місці, а розділ зі звітами, підготовленими бухгалтером в Excel, – в іншому. Такі дані не тільки складно знайти, а й непросто проаналізувати, адже більшість із ваших благодійників можуть виявитися людьми, далекими від світу фінансів.

Тому звітність варто подати максимально просто і чітко, щоб кожна людина легко побачила як загальну картину, так і розділ витрат. Наприклад, цифри з Excel легко візуалізувати, якщо розробники виведуть дані зі звіту у вигляді діаграм, стовпчиків чи картинок. Але така розробка потребує додаткових годин роботи програмістів та веб-дизайнера сайту.

Інший варіант візуалізації – створити на базі фінансових даних інфографіку для соціальних мереж. Адже картинки не тільки інформують людей про те, куди пішли гроші, а й переконуватимуть нових користувачів в ефективності переказу коштів саме вам.

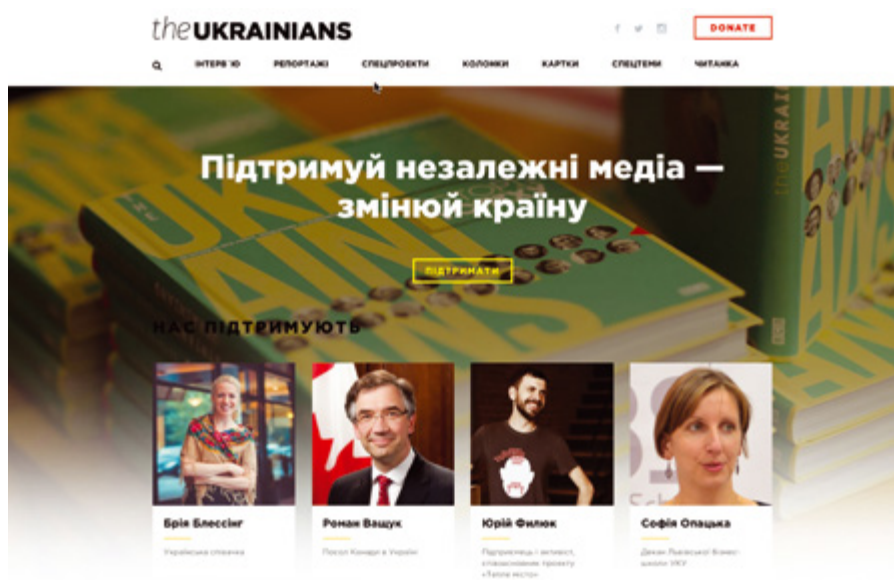
Загалом робота з соціальними мережами має бути невід'ємною складовою збору коштів. Продумуйте фандрайзингову кампанію комплексно – і на власному сайті, і в мейл-розсилках чи сайтах партнерів, і у Фейсбуку чи Інстаграмі, якщо ви там працюєте. Саме вона стануть ключем до залучення коштів донорів з числа ваших прихильників.



## Історії успіху

Отже, ми розібралися, що потрібно для інтеграції ефективної кнопки на сайт НГО, аби збирати пожертви. Розгляньмо тепер кілька успішних українських прикладів.

З онлайн-пожертвами працює інтернет-проект [TheUkrainians.org](http://TheUkrainians.org). Це гарний приклад того, як інтегрована наскрізна кнопка для пожертв. Її легко знайти з будь-якої сторінки сайту, а при переході туди з'являється стильний і помітний хедер, який показує відомих донорів, що підтримують цей проект – така подача викликає довіру у ваших потенційних прихильників.



Досвід благодійного фонду “Таблеточки”, що захищає інтереси дітей з онкологічними захворюваннями в Україні, варто взяти до уваги не тільки в частині успішних кампаній в соціальних мережах зі збору коштів, а й щодо форми для пожертв. В ній уже передбачені рекомендовані суми, а також враховане бажання людей підтримати кожну дитину індивідуально.

ПРО НАС ДІТИ ПРОЕКТИ СПІВРОБІТНИЦТВО БЛОГ ВАЖЛИВА ДОПОМОГА! ДОПОМОГТИ SUPERTEAM SUPERSHOP UA

Tabletochi

# ЯК ДОПОМОГТИ?

РАЗОВА ДОПОМОГА	РЕГУЛЯРНА ДОПОМОГА	РЕКВИЗИТІ ФОНДУ	ДОПОМОГТИ ПО ІНШОМУ
<p>Я хочу внести суму</p> <p><input checked="" type="radio"/> 100 грн.</p> <p><input type="radio"/> 250 грн.</p> <p><input type="radio"/> 500 грн.</p> <p><input type="radio"/> 1000 грн.</p> <p><input type="radio"/> Інша _____ грн.</p>	<p>Персональні дані</p> <p>ІПІП*</p> <p>Е-пошта*</p> <p>Телефон*</p>	<p>Призначення платежу</p> <p>Початок платежу _____</p> <p>Початок з: _____</p> <p>Регулярність: <input type="text" value="Щомісячно"/></p> <p>ГВП дитини/проекту</p>	
<p><input type="checkbox"/> Я погоджуюся з тим, що перераховані кошти за адресним призначенням платежу (наприклад, для конкретної дитини або на конкретний проект) не використовуватимуть повністю або частково на інші статутні цілі в разі, якщо використання даних коштів за призначенням неможливо або неефективно (наприклад, в разі відміни лікування дитини, смерті дитини, надмірної збори коштів на конкретну дитину або проект)</p>			
<p><b>ВІДПРАВИТИ</b></p>			

\*Ви також можете показувати на статутну діяльність, і кошти будуть використані на поточні потреби фонду. Для цього завітайте поле "Інше".

Тут же співробітники фонду вказують, що вже змогли зібрати понад 115 млн грн для 2000 дітей по всій Україні.

Нижче на цій же сторінці є всі статутні документи фонду та річні фінансові звіти з 2015 року, тобто людина легко може перевірити ефективність використання її пожертви.

Зверніть увагу: кнопка, яка дозволяє перерахувати гроші, також є наскрізною.

Цікавий досвід має і ГО "Центр подолання корупції" (ЦПК), яка звернулася до людей по підтримку в січні 2014 року, коли під час Євромайдану змушена була евакуювати офіс, а її співробітники виїхали за межі України, щоб продовжити проект [yanukovich.info](http://yanukovich.info) в рамках кампанії про заморожені активи колишнього президента Віктора Януковича без ризику для свого життя.

**“Ми виїхали і написали: народ, ми евакуювали офіс і потребуємо грошей на продовження роботи. Допоможіть, будь ласка, – розкаже Дар’я Каленюк, виконавча директорка Центру протидії корупції. – Після такого прохання за тиждень надійшла сума, еквівалентна 14-15 тисячам доларів, які дозволили продовжити міжнародну кампанію за персональні санкції проти Януковича та його соратників”.**

Враховавши цей досвід, Центр протидії корупції почав залучати кошти від громадян, як під конкретні проекти, так і на організацію в цілому:

*“Люди активно дають пожертви на певний проект і на результат. Були жертводавці, які підв’язували картки і щомісяця платили певну суму. Зараз ми розуміємо, що ми з ними мало комунікували. Якщо людині небайдужа певна тема, з нею треба підтримувати постійний контакт. Всі мейли, які люди нам залишили – це по суті база даних наших прихильників, яким потрібно дякувати, перед якими треба звітувати про результат, і це також частина роботи, якщо ви хочете працювати з пожертвами системно”.*

У 2016 році ЦПК свідомо відмовився краудфандингової кампанії, оскільки в Україні були важливіші теми, які потребували залучення коштів від населення, проте “кнопка” на сайті працювала і 5% від їхнього бюджету становили приватні пожертви. Зараз у ГО з’явилася додаткова мета – мобілізація громадян не лише під конкретний проект, а й як чинник впливовості організації.

*“У червні 2018 року ми запустили проект, направлений на те, щоб мобілізувати громадян. Ми відновили краудфандинг не тому, що у нас мало грошей донорів, а тому що у нас з’явилася мета – мобілізація громадян. Після введення електронного декларування для активістів, які протидіють корупції, після численних звинувачень в «грантоїдстві», ми зрозуміли, що нам треба прихильники, а найпростіший спосіб виразити прихильність – це дати гроші. Щороку до 5% нашого бюджету складали пожертви громадян. Ми хочемо підняти цей відсоток до 20%, бо це інші цифри, які засвідчать важливість нашої роботи для українського суспільства. Один з таких проектів – “Серпом” – мобілізує людей конітролювати реальну роботу народних депутатів, за яких вони проголосували, і розказувати про їхні “зашквари” через соціальні мережі саме за рахунок пожертв, що надходять на рахунок нашої організації”, – каже Дар’я Каленюк.*

За три тижні проекту завдяки кампанії в соціальних мережах на Serpom було зібрано 37 тисяч гривень.

**“** Ми зробили окремий рахунок, щоб ці гроші не плуталися з іншими коштами організації. Звітуємо про кожну витрату по кожному депутату – пишемо допис, робимо виписку з Facebook, стільки грошей було витрачено на рекламу про “зашквар” того чи іншого кандидата, і це заохочує людей до участі в цій інформаційній кампанії”.

Ключ до успіху, кажуть у Центрі протидії корупції, в тому, що збір коштів має бути максимально простий:

1

**ЛЮДИНА ПОВИННА МАТИ МОЖЛИВІСТЬ ПЕРЕРАХУВАТИ  
БАЖАНУ СУМУ ЗА 2-3 КЛІКИ НА САЙТІ**

2

**НГО МАЄ ЧІТКО ПОЯСНИТИ МЕТУ ЗБОРУ ТА РЕЗУЛЬТАТ,  
ЯКОГО БУДЕ ДОСЯГНУТО ЗАВДЯКИ ПОЖЕРТВІ**

Але головне – не розраховувати на те, що сам факт встановлення кнопки буде вам приносити регулярні пожертви. Це по суті міні-проект для кожної організації, який потребує щоденного нагадування та кропіткої роботи з вашими потенційними прихильниками.

Потенціал онлайн-технологій не варто переоцінювати, проте системна робота неодмінно матиме успіх: свого часу Барак Обама зміг стати першим темношкірим президентом Сполучених Штатів Америки завдяки тому, що його технологи зробили ставку на збір пожертв онлайн.

Перед виборами 2008 року він став масово збирати кошти через інтернет, зокрема, розсилаючи електронні листи та активізуючи виборців за допомогою популярної в США соцмережі Twitter. У підсумку його штабу вдалося залучити понад 4,5 мільйонів жертводавців, які дали від 5 доларів до кількох тисяч, але середній внесок був на рівні 100 доларів.

Креативна ідея, зрозуміла мета, чіткий результат, системна робота – чотири складові, які не тільки допомагають перемагати президентам, а й дозволяють кожній НГО України працювати зі своїми прихильниками. Головне – прийняти рішення і почати, а там уже практика покаже, які кампанії будуть ефективними саме для вас.



МИХАЙЛИНА СКОРИК

# ДІЄВИЙ КРАУДФАНДИНГ:

ЩО ПОТРІБНО ЗНАТИ ГРОМАДСЬКІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ,  
ЩОБ ЕФЕКТИВНО ЗБИРАТИ ПОЖЕРТВИ  
ЧЕРЕЗ ВЛАСНИЙ САЙТ

