

## КРАУДФАНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ ДЛЯ ФІНАНСУВАННЯ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ: АНАЛІЗ ЗАРУБІЖНОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО ДОСВІДУ

### CROWDFUNDING AS A TOOL OF ATTRACTING STARTUP PROJECTS FUNDING: ANALYSIS OF FOREIGN AND DOMESTIC EXPERIENCE

УДК 004.738.5:330.322

<https://doi.org/10.32843/infrastruct43-24>

**Гвоздь М.Я.**

к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту організацій Національний університет «Львівська політехніка»

**Бондаренко Ю.Г.**

к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту організацій Національний університет «Львівська політехніка»

**Кулиняк І.Я.**

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту організацій Національний університет «Львівська політехніка»

**Gvozd Maryana**

Lviv Polytechnic National University

**Bondarenko Yuliia**

Lviv Polytechnic National University

**Kulyniak Ihor**

Lviv Polytechnic National University

Статтю присвячено вивченню проблематики використання краудфандингу як альтернативної форми залучення коштів спільноти з метою фінансової підтримки реалізації ідей. Досліджено становлення та розвиток краудфандингу. Охарактеризовано види краудфандингу та можливі варіанти отримання коштів автором проєкту залежно від умов краудфандингової платформи. Проаналізовано найпопулярніші зарубіжні та вітчизняні Інтернет-платформи краудфандингової діяльності, їхні вимоги та критерії фінансування. Розглянуто українські проєкти, які були успішно підтримані на краудфандингових платформах. Досліджено тенденції, проблеми та перспективи розвитку краудфандингу в Україні. Встановлено, що краудфандинг в Україні набуває все більшого розвитку. Обґрунтовано актуальність та важливість здійснення краудфандингу, що зумовлено низкою переваг, які досягаються у процесі реалізації проєкту, зокрема для вкладників – можливістю зробити свій внесок у розвиток спільного майбутнього, підтримуючи креативні проєкти, а для автора проєкту – реалізувати власну ідею, яка буде корисною для суспільства.

**Ключові слова:** способи інвестування, онлайн-платформа, колективне фінансування, проєкт, краудфандингова компанія, винагорода, стартап.

Статья посвящена исследованию проблематики использования краудфандинга как альтернативной формы привлечения средств сообщества с целью финансовой поддержки реализации идеи. Исследовано становление и развитие краудфандинга. Охарактеризованы виды краудфандинга и возможные варианты получения средств автором проекта в зависимости от условий краудфандинговой платформы. Проанализированы популярные зарубежные и отечественные Интернет-платформы краудфандинговой деятельности, их требования и критерии финансирования. Рассмотрены украинские проекты, которые были успешно поддержаны на краудфандинговых платформах. Исследованы тенденции, проблемы и перспективы развития краудфандинга в Украине. Установлено, что краудфандинг в Украине приобретает все большее развитие. Обоснована актуальность осуществления краудфандинга, обусловленная рядом преимуществ, которые достигаются в процессе реализации проекта, в частности для вкладчиков – возможностью сделать свой вклад в развитие общего будущего, поддерживая креативные проекты, а для автора проекта – реализовать собственную идею, которая будет полезной для общества.

**Ключевые слова:** способы инвестирования, онлайн-платформа, коллективное финансирование, проект, краудфандинговая компания, вознаграждение, стартап.

*The modern globalized world is characterized by the rapid development of information technology, which is manifested in the creation of social networks, community-based, and enables the creation of new forms of financing, one of which is crowdfunding. This tool allows not only to raise funds to finance a startup project, but also to test virtually the idea and make sure that investors support it, and the necessity of product for society. In this regard, the development of crowdfunding in Ukraine is becoming increasingly important. The article aims to reveal crowdfunding as a tool of raising funds to finance a startup project, to characterize foreign and domestic crowdfunding platforms, and to identify prospects for its development in Ukraine. The study is based on the method of theoretical generalization and comparison, method of induction and deduction, system method. The article is devoted to the study of crowdfunding use as an alternative form of raising community funds to financially support the implementation of ideas. The formation and development of crowdfunding are studied. The content of the new tool for financing startup projects by domestic and foreign scientists and practitioners is considered. The types of crowdfunding and possible options for obtaining funds by the author of the project depending on the conditions of the crowdfunding platform are described. The most popular foreign and domestic Internet platforms of crowdfunding, their requirements, and funding criteria are analyzed. Ukrainian projects that have been successfully supported on crowdfunding platforms are considered. Trends, problems, and prospects of crowdfunding development in Ukraine are studied. It is established that crowdfunding in Ukraine is gaining more and more theoretical and practical development as an alternative form of investing in the implementation of creative ideas and startup projects. The relevance and importance of crowdfunding are substantiated. The advantages achieved in the project implementation process are determined: for investors – the opportunity to contribute to the development of a common future by supporting creative projects, and for the project author – to implement their idea that will be useful to society. Despite all the imperfections, crowdfunding in Ukraine is developing as a highly effective tool for financing startup projects.*

**Key words:** methods of investing, online platform, collective funding project, crowdfunding company, remuneration, startup.

**Постановка проблеми.** Сьогодні в Україні спостерігається активізація суспільства в площині інноваційної діяльності, розвитку технологій, генерації креативних ідей, розробленні стартап-проєктів, спрямована на поліпшення соціально-економічних процесів. Для того щоб ці ідеї перетворилися на продукт, на їх реалізацію потрібні кошти. З боку держави в аспекті цього питання спостерігається недофінансування, тому ще зовсім недавно ці кошти можна було б залучити шляхом отримання гранту, пошуку інвестора або

одержання банківського кредиту. Проте всі ці способи являють собою довгу і складну процедуру та супроводжуються високим ступенем ризику. Як результат, на жаль, за таких умов більшість проєктів залишалася на рівні ідей, тобто нереалізованою. Проте сучасний світ унаслідок глобалізації характеризується стрімким розвитком інформаційних технологій, який проявляється у створенні соціальних мереж, базується на участі громади та дає можливість створювати нові форми фінансування, однією з яких є краудфандинг. Саме цей

інструмент дає можливість не лише зібрати кошти для фінансування стартап-проєкту, а й віртуально протестувати свою ідею та переконатися, чи підтримують інвестори ідею, а продукт буде корисним і потрібним для суспільства. У зв'язку із цим розвиток краудфандингу в Україні набуває все більшої актуальності як складова частина глобального тренду.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Дослідження теоретичних та прикладних аспектів краудфандингу показали, що за кордоном цей інструмент фінансування виник раніше й активно розвивається, а в Україні знаходиться на етапі становлення, проте набуває своєї актуальності та розвитку. Вагомий внесок у розвиток теорії краудфандингу зробили як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. Серед них відзначимо праці О. Марченка [1], В. Огородник [2], Ю. Петрусенка, О. Дудкіна [3], Н. Супрун [4], Л. Єлисеєвої [5], С. Barnett [6], N. Patel [7], M. Rakos [8], Джефф Хау [9] та ін.

Елементи краудфандингу як інструменту залучення коштів для реалізації ідеї використовувалися ще задовго до виникнення самого поняття. Наукові дослідження практичних аспектів даної проблематики показують, що його становлення розпочалося ще в 1949 р., коли комедійний актор М. Берле провів перший телемарафон на підтримку Фонду досліджень раку імені Д. Раніона для збору соціальних пожертв, і тоді за 16 годин було зібрано понад 100 тис дол. [5].

Першим прикладом Інтернет-краудфандингу є збір коштів на організацію гастрольного туру рок-групи Marillion. У 1997 р. без будь-якої участі самої групи її шанувальники організували і провели Інтернет-кампанію зі збору коштів для фінансування музичного туру групи по всій території США. Їм удалося зібрати 60 тис дол. [10]. Саме від того часу краудфандинг почав набирати поширення і в інших сферах суспільства та бізнесу, з розвитком Інтернету набув масового характеру, а глобальним феноменом краудфандинг став лише після кризи 2008–2009 рр.

Уважається, що сам термін «краудфандинг» з'явився у 2006 р., а його автором є Джефф Хауї (Jeff Howe). Авторське трактування відображає колективну співпрацю людей через віртуальну мережу задля фінансової підтримки ідей чи проєктів інших людей [9].

У перекладі з англійської (crowd – натовп, funding – фінансування) означає «народне фінансування». Поняття краудфандингу в Україні не досить широко досліджено. Проведений аналіз поняття «краудфандинг» дає змогу визначити, що під даним терміном розуміється новий спосіб фінансування проєктів та ідей різного напрямку, що базується на зборі фінансових ресурсів через Інтернет від великої кількості людей. Л. Єлисеєва трактує поняття так: «Краудфандинг – це

співпраця, кооперація людей, які добровільно надають фінансову підтримку стартапу, інноваційному проєкту, ідеї або організації» [5].

Усі науковці розкривають різні аспекти краудфандингу: перспективи застосування в Україні, його переваги і недоліки, дослідження зарубіжного досвіду краудфандингу тощо. Проте питання краудфандингу як нового інструменту залучення коштів для фінансування стартап-проєктів та аналізу вітчизняного і зарубіжного досвіду є нерозкритими і залишаються на стадії вивчення.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є розкриття краудфандингу як інструменту залучення коштів для фінансування стартап-проєкту, характеристика зарубіжних і вітчизняних краудфандингових платформ та виявлення перспектив його розвитку в Україні. У процесі дослідження використовувалися метод теоретичного узагальнення і порівняння, метод індукції та дедукції, системний метод.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Краудфандинг виник у США і був спрямований на підтримку некомерційних проєктів – мистецьких або благодійних, які не могли б бути реалізованими без фінансової підтримки. Проте з розвитком комп'ютерно-інформаційних технологій термін набував більшої популярності, його почали використовувати стартапери як інструмент залучення коштів для фінансування своїх проєктів, розширювалися географія його використання та сфери застосування. На сучасному етапі розвитку краудфандингу найбільш популярними його напрямками у світі є: соціальні проєкти, кіно- і відеоіндустрія, музика, видавництво, технології, дизайн, мистецтво, винаходи.

Як уже зазначалося вище, в основі краудфандингу лежить добровільний збір коштів громадою однодумців для фінансової підтримки реалізації ідеї чи стартапу в онлайн-режимі. Збір таких коштів проводиться на краудфандингових платформах – це спеціалізовані сайти, де представлено різні проєкти з метою залучення великої кількості людей, які вкладають свої кошти на підтримку ідеї. Ці сайти є гарантантами, що кошти будуть використані за призначенням.

Краудфандингова платформа – це Інтернет-майданчик для зустрічі автора проєкту та інвестора. Відповідно, всі учасники повинні бути зацікавленими. Зрозуміло, що автор проєкту зацікавлений у фінансовій підтримці свого проєкту. Проте вкладники (спонсори, інвестори) також мають зацікавленість – винагороду.

Автором проєкту може бути кожен, потрібно лише зареєструватися на краудфандинговій платформі, подати інформацію про мету розроблення, вказати необхідну суму фінансування та представити презентацію розробки, у якій доцільно розкрити її переваги та важливість для

соціально-економічного розвитку суспільства. Після цього розробник ідеї знаходить свою аудиторію – однодумців, яких зацікавив проект, і вони починають добровільно вкладати власні кошти. Умови фінансування, мінімальний розмір вкладів, а також наявність або відсутність винагороди вкладників (їх ще називають бекерами, донорами чи інвесторами) визначаються умовами краудфіндингової платформи. Згідно з такими умовами, ініціатор проекту може отримати кошти за таких обставин [11]:

1. «все або нічого» – кошти переводяться на рахунок автора проекту лише за досягнення заявленої суми. Якщо необхідна сума не набирається, то гроші в повному обсязі повертаються вкладникам;

2. «залишити все» – зібрані кошти передаються автору проекту у будь-якому разі;

3. «підписка» – кошти перераховуються від вкладника відразу на рахунок автора проекту. Така модель найчастіше використовується у благодійних проектах;

4. «вільна ціна» – вкладники особисто вирішують, скільки потрібно для фінансування ідеї. Автор отримує зібрані кошти;

5. «постійне фінансування» – постійно діюча модель, за якої фінансування переходить в етап фактичного фінансування діяльності, попередніх замовлень і залучення клієнтів;

6. «переломний момент» – кошти перераховуються автору проекту у разі досягнення суми,

меншої за оголошену вартість проекту, якщо автор упевнений, що цих коштів мінімально має вистачити для реалізації ідеї.

Згідно з вищевказаними умовами, зібрані кошти перераховуються ініціатору або ж повертаються вкладникам. У разі збору задекларованої суми коштів у повному обсязі автор ідеї повинен винагородити вкладників. Проте вкладники (спонсори, інвестори) також мають зацікавленість – винагороду. На практиці виокремлюють чотири види винагород вкладникам:

– краудфіндинг із нефінансовою винагородою (rewards-based crowdfunding): прихильники ідеї жертвують суму коштів в обмін на вироблений продукт (опція передзамовлення);

– благодійний краудфіндинг (donation-based crowdfunding): кошти збирають на благодійність або конкретну мету, наприклад на буріння свердловини чи будівництво школи для малозабезпеченої громади, або на приватні кампанії, наприклад на медичне лікування особи;

– акціонерний краудфіндинг (equity crowdfunding): інвестори вкладають великі суми грошей у компанію в обмін на невелику частку її капіталу;

– інвестиційний краудфіндинг (investment crowdfunding): кредитори надають позику, розраховуючи на повернення основної суми позики і відсотків.

З моменту набуття всесвітньої популярності краудфіндинг продовжує розвиватися, створюються все нові краудфіндингові майданчики у

Таблиця 1

**Характеристика найрейтинговіших краудфіндингових платформ країн світу**

Назва краудфіндингової платформи	Країна заснування	Рік заснування	Сфера фінансування (тематика)	Характеристика платформи
Kickstarter	США	2009	Інновації, мистецтво, культура й соціальні проекти	У разі збору коштів у повному обсязі платформа бере 5% від зібраної суми. Кошти збираються за допомогою Stripe, який додатково стягує 3–5%
Indiegogo	США	2008	Нові технології, творчі проекти, благодійність	Платформа стягує 5% комісії у разі успішних проектів
Crowdculture	Швейцарія	2010	Проекти культури та мистецтва	Проект може залучати гроші як приватних інвесторів, так і кошти з державного фонду (частина культурного бюджету країни). Частка державних коштів залежить від кількості набраних проектом голосів серед учасників платформи
Goteo	Іспанія	2011	Соціальні, культурні, технологічні та освітні проекти	Має унікальну методику фінансування двома етапами, кожен з яких триває 40 днів. Завдання першого етапу – зібрати мінімально необхідну суму для запуску проекту. Під час другого – збирають оптимальну суму грошей для його вдосконалення
Derev	Італія	2010	Проекти сфери соціальних інновацій	Дає можливість збирати не лише кошти для проектів, а й підписи для петицій, замовляти телефіри для трансляції звернень або інтерв'ю
Kiva	США	2007	Проекти подолання проблеми бідності	Некомерційна організація, що надає можливість видавати безвідсоткові позики безпосередньо від позичальника отримувачам

Джерело: складено авторами на основі [12–16]

різних країнах світу. Суть їх одна, а умови реалізації відрізняються залежно від законодавства та економічного розвитку країни. У табл. 1 наведено характеристику краудфандингових платформ різних країн, які, за даними ресурсу CrowdfundingPR, входять у рейтинг платформ Top100 Global Crowdfunding Sites (рейтинг краудфандингових платформ визначено відповідно до статистичних показників: кількість унікальних відвідувачів за один місяць, середній час, проведений на сайті за одне відвідування, кількість переглянутих сторінок за кожен онлайн-сеанс) [12].

У табл. 2 подано характеристику вітчизняних краудфандингових платформ.

Найпопулярнішою краудфандинговою платформою вважається Kickstarter, яку нерідко ставлять в один синонімічний ряд із терміном «краудфандинг» [14].

Контроль над виконанням обов'язків компанії, яка збирала кошти, захист інтересів вкладників, юридичне оформлення їх взаємовідносин здійснює краудфандингова компанія. Після завершення проєкту з людини чи компанії, яка провадила збір коштів, краудфандингова компанія за свої послуги стягує певну плату. Ця плата, як правило, становить відсоток від отриманої суми. У різних країнах цей відсоток коливається від 3% до 10%.

Українці все частіше подають найрізноманітніші креативні ідеї та проєкти як на вітчизняні, так і на зарубіжні краудфандингові платформи, про що свідчать зібрані кошти на їх підтримку. Зокрема:

– **Вічний блокнот.** Проєкт Ника робить «вічну канцелярію»: створили блокнот, який не рветься і не намокає від води. У такому блокноті записи стираються спеціальними серветками чи спреєм.

– **Дерев'яні пазли-3D-карти.** Український бренд EnjoyTheWood у світі завдяки дерев'яним 3D-картам. Подружжя Фостенко у 2018 р. збило необхідні кошти для підтримки стартапу на міжнародній платформі Kickstarter.

– **Металевий конструктор.** У 2019 р. успіх отримав український проєкт Time 4 Machine, що виробляє металеві пазли. Для втілення ідеї на платформі Kickstarter підприємець планував зібрати \$15 тис, натомість йому вдалося зібрати вражаючу суму – \$430 тис.

– **Лампові наручні годинники.** Стартап NIXOID Lab ламає усі стереотипи. У вересні 2018 р. фірма збила \$46 тис на платформі Kickstarter для запуску у виробництво лампових наручних годинників. Так, у квітні 2019 р. українці збирали понад \$48 тис доларів на сервісі краудфандінга CampFire. Сума в десять разів перевищила заявлену спочатку.

– **Jollylook** – аналоговий фотоапарат, який відразу ж проявляє фотографії. Команда із Запоріжжя зробила його повністю екологічним: серед деталей Jollylook лише переробляються картон, лінзи і картридж. Необхідна сума задекларована \$15 тис, а зібрана – \$377 тис.

– **«Розумні» жалюзі SolarGaps,** які генерують енергію, будучи закріпленими на вікнах. Вони автоматично підлаштовуються під кут сонячних

Таблиця 2

Характеристика вітчизняних краудфандингових платформ

Назва платформи	Рік заснування	Сфера фінансування (тематика)	Характеристика платформи	Успішні проєкти
Спільнокошт	2012	Література, музика, кіно, театр, відео, медіа, освіта, економіка, світа, екологічні та громадські акції, організація фестивалів та перформансів	10% – комісійний збір від зібраних коштів (включаючи комісію платіжних систем та витрати на розвиток вебресурсу і популяризацію програми)	Громадське телебачення. Кінофестиваль «Ровер». Акція «Зробимо Україну чистою». Арт-пікнік Слави Фролової
На старте	2014	Інноваційні та незвичайні проєкти. Все від мистецтва та публікацій до дизайну та технологій	Використовує дві системи збору коштів: фіксовану і гнучку. Фіксована система «Все або нічого» Комісійний збір – 5%	Зйомки фільму Георгія Делієва «Одесский подкидыш». Відновлення Підгорецького замку
Куб	2016	Бізнес-проєкти. Це масштабування виробництва, наймання додаткових працівників, відкриття нових торгових точок	Прибуток інвесторів із проєктами КУБу чітко диференційований: вклавши 1000 грн, інвестор отримує 230 грн/рік.	Pecher's Electric Cafe – це перша українська пересувна кав'ярня, що працює на енергії сонця
RazomGo	2018	Дизайн, ігри, технології, бізнес, мистецтво, освіта, музика, фільми, фото, відео	Комісійний збір – 8%	Будівництво та обладнання майстерні подарунків ручної роботи «Пан Кокос». Інтерактивний перформанс «Спроси меня: хто я?»

Джерело: складено авторами на основі [13; 16–17]

променів, завдяки чому можна заощадити до 70% під час оплати за електроенергію. Також жалюзі можна управляти зі смартфона. У 2016 р. на Kickstarter була виставлена ціль – \$50 тис, а зібрана сума становила \$102 тис.

Усе ж із вищеописаного видно, що більшість успішних проєктів українців представлено на зарубіжних платформах. Основними причинами цього є основні проблеми вітчизняного краудфандингу як інструменту залучення коштів та вища активність зарубіжних вкладників.

Основні проблеми розвитку краудфандингу в Україні доцільно розкрити за їх рівнем (масштабністю), зокрема:

– **на рівні держави.** Відсутність законодавчої бази, яка регулює трьохсторонню взаємодію «краудфандингова платформа – автор проєкту – вкладник». Законодавство України повинно забезпечувати сприятливі умови для розвитку підприємництва;

– **на рівні краудфандингової платформи.** Відсутність якісних процедур перевірки бізнес-проєктів із боку краудфандингової платформи, що супроводжується ризиком збору коштів на підтримку фейкових проєктів;

– **на рівні автора проєкту.** Відсутність будь-яких гарантій для автора проєкту, існує ризик, що ідея може бути вкрадена та реалізована;

– **на рівні вкладника** (інвестора проєкту). Існує ризик неповернення коштів, якщо повної суми на підтримку проєкту не було зібрано.

Серед інших проблем варто відзначити низький рівень обізнаності у сфері краудфандингу, отже, наявність недовіри до даного способу фінансування, а також низьку фінансову спроможність громадян, що не дає можливості виділяти кошти на підтримку інших проєктів.

**Висновки з проведеного дослідження.** Аналізуючи розвиток краудфандингу як нового інструменту фінансування стартап-проєктів, доцільно підсумувати, що в Україні, як і в усьому світі, цей спосіб набуває все більшої практичної популярності. Таке явище, як «суспільне фінансування», відкриває новий спектр можливостей, і люди можуть зробити внесок у спільне майбутнє не тільки реалізуючи свої ідеї, а й особисто підтримуючи різні креативні та цікаві проєкти.

Саме на краудфандингових платформах народжуються нові проєкти, часто культурної, мистецької, соціальної чи наукової сфери. Це дає змогу колективно впливати на зміни в суспільстві, культурі та економіці України, а кожен із нас може зробити свій внесок у спільне майбутнє. Незважаючи на всі недосконалості, в Україні краудфандинг набуває свого розвитку як високоефективний інструмент фінансування стартап-проєктів.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Марченко О. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2013. № 4(15). С. 26–35.

2. Огородник В.О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної системи. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2014. № 3(44). С. 103–105.

3. Петрушенко Ю., Дудкін О. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проєктів соціально-економічного розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 1. С. 172–182.

4. Супрун Н. Соціальне підприємництво як механізм розбудови солідарної економіки. *Матеріали міжнародного симпозиуму «Соціальна та економічна солідарність – український вибір»*. Київ, 2016. С. 36–38.

5. Єлисеєва Л.В. Краудфандинг в Україні: проблеми та перспективи в контексті зарубіжного досвіду. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. URL : [www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017](http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017) (дата звернення: 25.05.2020).

6. Barnett C. Top 10 Crowdfunding Sites For Fundraising. *Forbes: Business and Financial Magazine [Digital edition]*. 2013. May, 8th. URL : <https://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/08/top-10-crowdfundingsites-for-fundraising/#33d83da23850> (дата звернення: 25.05.2020).

7. Patel N. 90% Of Startups Fail: Here's What You Need To Know About The 10%. *Forbes: Business and Financial Magazine [Digital edition]*. 2014. January, 16th. URL : <http://www.forbes.com/sites/neilpatel/2015/01/16/90-of-startups-will-fail-heres-what-you-need-to-know-about-the10/#1737bedd55e1> (дата звернення: 25.05.2020).

8. Rakos M. Crowdfunding and Advertising: A Game of Numbers: Infographic. *DashBurst*. URL : <https://magazine.dashburst.com/infographic/crowdfunding-numbers-fusion-360> (дата звернення: 25.05.2020).

9. Джефф Хау. Краудсорсінг. Колективний розум як інструмент розвитку бізнесу. *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*. Москва : Альпіна Паблішер, 2012. 288 с.

10. Манаєнко І.М. Краудфандинг як інноваційний інструмент розвитку бізнесу. URL : [ape.fmm.kpi.ua/article/download/102780/97863](http://ape.fmm.kpi.ua/article/download/102780/97863) (дата звернення: 25.05.2020).

11. Абакуменко О.В., Куценко Б.І. Краудфандинг як інструмент фінансування інноваційно-технологічних проєктів. *Чернігівський науковий часопис. Серія 1. Економіка і управління*. 2016. № 1(7). С. 52–60.

12. Top 100 краудфандингових и краудинвестингових платформ мира. URL : [http://crowdsourcing.ru/article/top100\\_kraudfandingovyx\\_i\\_kraudinvestingovyx\\_platform\\_mira](http://crowdsourcing.ru/article/top100_kraudfandingovyx_i_kraudinvestingovyx_platform_mira) (дата звернення: 25.05.2020).

13. Краудфандінг. *Вікіпедія: вільна енциклопедія*. URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Краудфандінг> (дата звернення: 25.05.2020).

14. Офіційний сайт Kickstarter. URL : <https://www.kickstarter.com/press?ref=hello> (дата звернення: 25.05.2020).

15. Indiegogo: Crowdfund Innovations & Support Entrepreneurs. URL : <https://www.indiegogo.com> (дата звернення: 25.05.2020).

16. Карий О.І., Панас Я.В. Краудсорсинг як інструмент менеджменту: приклади вирішення місцевих проблем. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*. 2016. № 847. С. 213–219.

17. Офіційний сайт Na-starte. URL : <https://na-starte.com> (дата звернення: 25.05.2020).

#### REFERENCES:

1. Marchenko O. (2013). Kraudfandynh: sotsialno-ekonomichnyi zmist ta vydy [Crowdfunding: socio-economic content and types]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Iurydychna akademiia Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho»*. No. 4 (15). pp. 26-35.

2. Ohorodnyk V.O. (2014). Kraudfandynh yak innovatsiinyi instrument modernizatsii natsionalnoi finansovo-investytsiinoi systemy [Crowdfunding as an innovative tool for modernizing the national financial and investment system]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu*. No. 3 (44). pp. 103-105.

3. Petrushenko Yu., Dudkin O. (2014). Kraudfandynh yak innovatsiinyi instrument finansuvannia proektiv sotsialno-ekonomichnoho rozvytku [Crowdfunding as an innovative tool for financing socio-economic development projects]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*. No. 1. pp. 172-182.

4. Suprun N. (2016). Sotsialne pidpriemnytstvo yak mekhanizm rozbudovy solidarnoi ekonomiky [Social entrepreneurship as a mechanism for building a solidarity economy]. *Proceedings of the International Symposium "Social and Economic Solidarity – Ukrainian Choice"*. Kyiv. pp. 36-38.

5. Yelisiieva L.V. (2017). Kraudfandynh v Ukraini: problemy mta perspektyvy v konteksti zarubizhnoho dosvidu [Crowdfunding in Ukraine: problems and perspectives in the context of foreign experience]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*. URL: [www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017](http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017) (accessed 25 May 2020).

6. Barnett C. (2013). Top 10 Crowdfunding Sites For Fundraising. *Forbes: Business and Financial Magazine [Digital edition]*. May, 8th. URL: <https://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/08/top-10-crowdfundingsites-for-fundraising/#33d83da23850> (accessed 25 May 2020).

7. Patel N. (2014). 90% Of Startups Fail: Heres What You Need To Know About The 10%. *Forbes: Business and Financial Magazine [Digital edition]*. January, 16th. URL: <http://www.forbes.com/sites/neilpatel/2015/01/16/90-of-startups-will-fail-heres-what-you-need-to-know-about-the10/#1737bedd55e1> (accessed 25 May 2020).

8. Rakos M. Crowdfunding and Advertising: A Game of Numbers: Infographic. DashBurst. URL: <https://magazine.dashburst.com/infographic/crowdfundingnumbers-fusion-360> (accessed 25 May 2020).

9. Dzheff Khau (2012). Kraudsorsinh. Kolektyvnyi rozum yak instrument rozvytku biznesu [Crowdsourcing. The collective mind as a tool for business development] // *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*. M.: Alpina Pablisher. (in Ukrainian)

10. Manaienko I.M. Kraudfandynh yak innovatsiinyi instrument rozvytku biznesu [Crowdfunding as an innovative tool for business development]. URL: [ape.fmm.kpi.ua/article/download/102780/97863](http://ape.fmm.kpi.ua/article/download/102780/97863) ((accessed 25 May 2020).

11. Abakumenko O.V., Kutsenko B.I. (2016). Kraudfandynh yak instrument finansuvannia innovatsiino-tekhnologichnykh proektiv [Crowdfunding as a tool for financing innovation and technology projects]. *Chernihivskiyi naukovyi chasopys. Serii 1, Ekonomika i upravlinnia*. No. 1 (7). pp. 52-60.

12. Top 100 kraudfandynhovykh y kraudynvestynhovykh platform myra [Top 100 crowdfunding and crowdinvesting platforms in the world]. URL: [http://crowdsourcing.ru/article/top100\\_kraudfandingovyx\\_i\\_kraudinvestingovyx\\_platform\\_mira](http://crowdsourcing.ru/article/top100_kraudfandingovyx_i_kraudinvestingovyx_platform_mira) (accessed 25 May 2020).

13. Kraudfandinh [Crowdfunding] / Wikipedia: a free encyclopedia. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Kraudfandinh> (accessed 25 May 2020).

14. Official site of Kickstarter. URL: <https://www.kickstarter.com/press?ref=hello> (accessed 25 May 2020).

15. Official site of Indiegogo: Crowdfund Innovations & Support Entrepreneurs. URL: <https://www.indiegogo.com> (accessed 25 May 2020).

16. Karyy O.I., Panas Ya.V. (2016). Kraudsorsynh yak instrument menedzhmentu: pryklady vyrishennia mistsevykh problem [Crowdsourcing as a management tool: examples of solving local problems]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika"*. Serii "Problemy ekonomiky ta upravlinnia". No. 847. pp. 213-219.

17. Official site of Na-starte. URL: <https://na-starte.com> (accessed 25 May 2020).