
ІННОВАЦІЇ

УДК 004.738.5:330.322:330.341.1

О. В. Абакуменко, д. е. н., професор,
Б. І. Куценко, студент**КРАУДФАНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЕКТІВ**

Анотація. Розкрито економічну сутність краудфандингу як інструменту фінансування інноваційно-технологічних проектів. Розглянуто механізм дії краудфандингу, проведено аналіз його переваг та недоліків. Досліджено досвід використання краудфандингу у зарубіжних країнах та можливість застосування його в Україні.

Ключові слова: краудфандинг; краудфандингова компанія; інноваційний проект; колективне фінансування.

О. В. Абакуменко, д. э. н., профессор,
Б. И. Куценко, студент**КРАУДФАНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ**

Аннотация. Раскрыта экономическая сущность краудфандинга как инструмента финансирования инновационно-технологических проектов. Рассмотрен механизм действия краудфандинга, проведен анализ его преимуществ и недостатков. Исследован опыт использования краудфандинга в зарубежных странах и возможность применения его в Украине.

Ключевые слова: краудфандинг; краудфандинговая компания; инновационный проект; коллективное финансирование.

О. V. Abakumenko, Doctor of Economic Sciences,
Professor,
B. I. Kutsenko, Student**CROWDFUNDING AS A TOOL FOR FINANCING INNOVATION AND TECHNOLOGICAL PROJECTS**

Abstract. Disclosed economic essence of crowdfunding as a tool to finance innovative technological projects. The mechanism of action crowdfunding, analyzes its advantages and disadvantages. We studied the experience of using crowdfunding in foreign countries and the possibility of using it in Ukraine.

Keywords: crowdfunding; crowdfunding company; innovative project; the collective funding.

Актуальність теми дослідження. У сучасних ринкових умовах для успішного функціонування будь-якого підприємства вкрай необхідно впроваджувати інновації, які б забезпечували їм підвищення конкурентоспроможності на ринку. Активізація інноваційної діяльності підприємств пов'язана передусім з пошуком джерел і форм інвестування, які мають забезпечити баланс між інноваційними витратами та фінансовими можливостями. Фінансування інноваційної діяльності визначає успіх чи невдачу програм і проектів. Здатність суб'єкта господарювання акумулювати достатньо коштів для реалізації інноваційних проектів впливає на швидкість виведення стартапу на ринок, а отже - на його успіх. Однак, не кожен інноватор має достатньо власних коштів для цього, що зумовлює пошук інших джерел та залучення інноваційних інструментів фінансування. Одним з таких інструментів є краудфандинг.

Постановка проблеми. Оскільки краудфандинг в Україні з'явився відносно недавно, дане

ІННОВАЦІЇ

питання не досить широко досліджено. Одним із не вирішених питань є дослідження можливостей краудфандингу як ефективного інструменту фінансування саме інноваційно-технологічних проектів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями краудфандингу займався ряд вчених, серед яких: Васильчук І. П. [1], Макарович В. К. [2], Огородник В. О. [3], Петрушенко Ю. М. та Дудкін О. В. [4] та інші. Але їхні праці висвітлюють лише окремі аспекти краудфандингу. Відсутні праці, які б досліджували краудфандинг як інструмент фінансування інноваційних проектів технологічного напрямку.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей фінансування інноваційно-технологічних проектів через краудфандингові платформи, проведення аналізу світового досвіду використання краудфандингу та можливість застосування його в Україні.

Виклад основного матеріалу. Краудфандинг (від англ. crowdfunding: «crowd» - натовп, «funding» - фінансування) – це відносно новий інструмент, що дозволяє залучати через Інтернет у великої кількості людей (різних груп людей) гроші для реалізації ідей і проектів у різних сферах. Поняття краудфандингу в Україні на сьогодні, не досить широко досліджено. Проведений аналіз поняття «краудфандинга», дає змогу визначити, що під даним терміном розуміється новий спосіб фінансування різного напрямлення проектів та ідей, що базується на зборі фінансових ресурсів через Інтернет від великої кількості людей [5].

Для початку збору коштів обов'язково повинна бути задекларована мета, визначена ціна її досягнення, а обрахунок усіх витрат і процес збору мають бути відкриті для публіки у вільному доступі [6].

Стисло механізм роботи краудфандингу можна представити наступним чином (Рис. 1).

Компанія чи окрема людина звертається до краудфандингової компанії з певною ідеєю. Краудфандингова компанія проводить перевірку ідеї на правомірність, актуальність, реалізуємість. Прораховує усі можливі ризики. Після схвалення ідеї на базі краудфандингової платформи створюється проект та оголошується сума, яку необхідно зібрати для його реалізації, і строки збору.



Рис. 1. Стислий механізм роботи краудфандингу

Також оголошується винагорода, яку можуть отримати майбутні інвестори. Автор проекту разом з краудфандинговою компанією починає рекламу проекту через соціальні мережі, засоби масової інформації, рекламно-ознайомчі заходи і акції, ресурси краудфандингової компанії. Інвестори починають вкладати кошти у проект. При цьому мінімальний вклад може складати, наприклад, 5 доларів США, що робить інвестування доступним для багатьох верств населення. Гроші акумулюються на транзитному рахунку краудфандингової компанії.

Крім того, автор проекту оговорює з краудфандинговою компанією, за якої умови він отримує кошти. Виділяють шість видів варіантів таких умов:

1. «все або нічого» - кошти переводяться на рахунок автора проекту лише при досягненні за-

ІННОВАЦІЇ

явленої у проекті 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 найбільш 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, при якій 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 впевнений, що цих коштів мінімально має вистачити для реалізації ідеї.

Отже, акумульовані гроші за певних умов перераховуються автору проекту або повертаються вкладникам у повному розмірі. Практично до кожної краудфандингової платформи прикріплено колекторське агентство, яке при виникненні певних проблем займається поверненням коштів вкладникам.

У разі перерахування коштів автору ідеї він має винагородити вкладників. Виділяють три основні моделі винагороди вкладників: без винагороди, нефінансова винагорода, фінансова винагорода.

Моделі без винагороди та з нефінансовою винагородою притаманні майже всім некомерційним та благодійним проектам.

Нефінансова винагорода частіш за все виражається у виді сувеніра, листа з подякою вкладнику, подяки у соціальній мережі, іншого символічного подарунку.

Фінансова винагорода характерна для комерційних проектів. Має три основні варіанти винагороди:

1. акціонерний краудфандинг - вкладник стає акціонером компанії, яка висувала проект для фінансування;

2. модель роялті - вкладник отримує частину прибутку компанії-автору проекту;

3. народне кредитування - вкладник виступає позикодавцем. У певний строк компанія, яка отримала гроші на реалізацію проекту, повинна повернути вкладнику його гроші та виплатити відсоток за користування його коштами.

Контроль за виконанням обов'язків компанії, яка збирала кошти, та захистом інтересів вкладників, та юридичне оформлення їх взаємовідносин здійснює краудфандингова компанія.

По завершенню проекту з людини чи компанії, яка провадила збір коштів, краудфандингова компанія за свої послуги стягує певну плату. Ця плата за загальним правилом складає відсоток від отриманої суми. У різних країнах цей відсоток коливається від 3% до 10%.

Слід зауважити, що краудфандинг - відносно новий механізм залучення коштів, який з'явився менше десяти років тому і використовувався поодинокими особами для збору коштів через Інтернет на реалізацію культурних проектів. Перші професійні краудфандингові компанії Kickstarter і IndieGoGo були створені тільки в 2008-2009 роках [6].

Тепер таких компаній вже десятки. За даними журналу «Forbes» та європейського інтернет-ресурсу «Crowdsourcingweek» до найбільш відомих та розвинутих краудфандингових платформ у світі можна віднести наступні (Табл. 1).

Слід зазначити, що спеціалізація платформ згодом призвела до появи ресурсів, які приймають виключно технологічні проекти: Technofunding (Великобританія, 2013), Innobus (Росія, 2013). Багато подібних платформи були запущені недавно і мають у своєму розпорядженні досить скромний набір проектів. Однак найбільш великими гравцями залишаються універсальні платформи, за допомогою яких в основному і фінансуються технічні проекти.

Взагалі, світовий ринок краудфандингу активно розвивається, особливо, починаючи з 2013 року. Якщо ще у 2012 році його обсяг становив 2,7 млрд долл. США, то вже в наступному році

ІННОВАЦІЇ

він збільшився майже у 2,3 рази й досяг відмітки у 6,1 млрд долл. США. В 2015 році обсяг ринку склав вже 34,4 млрд долл. США [7].

За прогнозами Світового банку, до 2025 року обсяг ринку краудфандингу у світі досягне 96 млрд долл. США [6]. Але загальна тенденція свідчить про те, що це станеться набагато раніше. Крім того, за даними Світового банку лише третина проектів, що фінансується за допомогою краудфандинга носить некомерційний характер. Це свідчить про те, що «публічне інвестування» дійсно стало дієвим засобом фінансування бізнес-проектів, серед яких серйозну частку займають саме інноваційні проекти.

Таблиця 1

Перелік найрозвинутіших краудфандингових компаній світу у 2013-2015 роках [8]

№	Компанія	Країна реєстрації	Сфера фінансування
1	Kickstarter	США	Культура та інновації
2	Crowdfunder	США	Підприємництво
3	RocketHub	США	Культура, наука, малий бізнес
4	Quirky	США	Інновації
5	Fundly	США	Будь-що
6	Razoo	США	Некомерційні проекти та приватні потреби
7	Peerbackers	США	Малий бізнес
8	MoolaHoop	США	Малий бізнес
9	Fundrazr	Канада	Соціальні проекти, захист тварин, меморіальні заходи, приватні потреби
10	Startsomegood	США	Соціальні проекти, некомерційні організації та громадські групи
11	Gofundme	США	Будь-що
12	Indie go go	США	Будь-що
13	Crowdrise	США	Будь-що
14	Crowdcube	СК	Підприємництво
15	Funding Circle	СК	Підприємництво
16	OurCrowd	Ізраїль	Інноваційний бізнес
17	Ulule	Франція	Підприємництво та культура
18	FundedByMe	Швеція	Підприємництво
19	MyMicroinvest	Бельгія	Підприємництво
20	Symbid	Нідерланди	Підприємництво
21	KissKissBankBank	Франція	Культура та спорт
22	Goteo	Іспанія	Культура, соціальні проекти, інновації, підприємництво, екологія
23	Seedrs	СК	Підприємництво
24	Booomerang	Данія	Культура і малий бізнес
25	Derev	Італія	Культура, соціальні проекти, інновації, спорт
26	Companisto	Німеччина	Підприємництво
27	Invesdor	Фінляндія	Підприємництво
28	Wemakeit.ch	Швейцарія	Культура, соціальні проекти

ІННОВАЦІЇ

За даними Forbes, вже у 2015 році фінансування проектів за схемою краудфандинга перевищило інвестування бізнес-ангелів (приватних венчурних інвесторів), та має тенденцію перевершити венчурний капітал вже за підсумками 2016 року (Рис. 2).

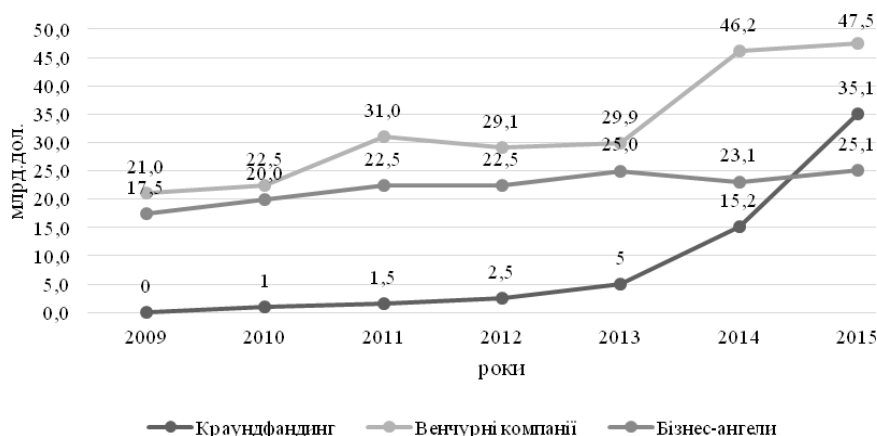


Рис. 2. Щорічне фінансування проектів за схемою краудфандинга, бізнес-ангелами та венчурними компаніями за 2009-2015 рр., млрд. дол.

Розподіл об'ємів залучених через краудфандинг коштів у 2015 році по регіонах світу наведено у таблиці 2 [8].

З цієї таблиці добре видно, що найбільш активними регіонами у сфері краудфандингу є Північна Америка (48%), Азія (29%) та Європа (18%).

Таблиця 2

Обсяг ринку краудфандинга за регіонами світу у 2015 році [8]

Регіон	Обсяг ринку, млрд дол. США	Частка світового ринку, %
Північна Америка	17,5	48,08
Азія	10,635	29,22
Європа	6,48	17,80
Австралія та Океанія	0,686	1,88
Південна Америка	0,8574	2,36
Африка	0,2416	0,66
Всього	36,4	100,00

Аналіз діяльності світових краудфандингових майданчиків дозволив виявити, що найуспішнішою платформою є американський проект Kickstarter. Kickstarter - це інтернет-сайт, створений 2009 року для залучення грошових коштів на реалізацію творчих, наукових і виробничих проектів за схемою краудфандинга. Характерною особливістю збору коштів на краудфандинговій платформі Kickstarter є принцип «все або нічого»: якщо проект не зібрав 100% від запланованої на його реалізацію суми, то всі зібрані кошти повертаються, а проект оголошується нереалізованим. Якщо творцям проекту вдалося зібрати більше запланованої суми, зібрані гроші залишаються у них. За даними, наведеними на офіційному сайті Kickstarter станом на початок 2016 року, на майданчику було розміщено 333 832 проектів на загальну суму 2,82 млрд доларів. З них 118 183 проектів або 35,40% було успішно профінансовано на загальну суму 2,48 млрд доларів. Фінансування здійснювало 12 264 817 осіб, з них 3 902 59 (31,82%) повторно. [9].

Тому нижче для оцінки стану фінансування інноваційно-технологічних проектів за схемою краудфандинга використовуються дані саме Kickstarter. Ця платформа приймає проекти по 15

ІННОВАЦІЇ

категоріям. Проекти, пов'язані з винаходами, технологіями, технічними інноваціями представлені в категорії «Технологія».

Аналіз наявних статистичних даних по обраних категоріях проектів (далі - Технологічні проекти) дозволяє прийти до наступних висновків.

1. Заявлені технологічні проекти складають не велику частину краудфандингових проектів.

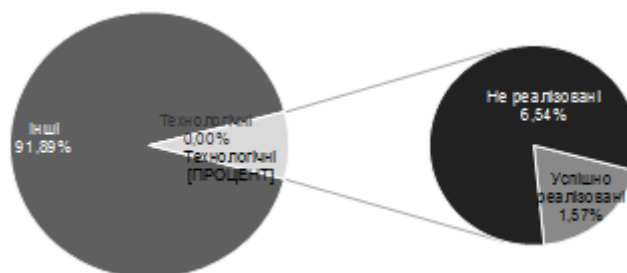


Рис. 3. Структура проектів платформи Kickstarter на початок 2016 року [9]

Як бачимо з рис. 3, серед 333 832 проектів платформи Kickstarter лише 27 076 заявлених проектів можна назвати технологічними. Це всього лише 8,11% від загального числа проектів (5 місце з 15 категорій). З цих технологічних проектів успішно реалізовано лише 5 249 проектів або 1,57%.

2. Частка успішних технологічних проектів росте при збільшенні необхідної для фінансування суми (Табл. 2).

Таблиця 2

Частка успішних технологічних проектів Kickstarter, 2009–2016 рр.,% [9]

Необхідна сума фінансування, тис. дол.	Частка успішних технологічних проектів в загальній кількості успішних проектів, %	Місце (з 15 категорій)
Менше 1	6,21	13
1-10	27,93	13
10-20	13,77	9
20-100	31,49	3
100-1000	19,22	1
Більше 1000	1,37	2

Малобюджетні технологічні проекти навряд чи можуть запропонувати інвесторам щось посправжньому цікаве, оскільки розвиток технологічної ідеї вимагає обладнання, дослідів, зразків і т.д., тобто більш істотних вкладень.

З іншого боку, інвестори не готові вкладати свої кошти в масштабні проекти сфери мистецтва. Проекти категорії «Музика» найбільш успішні при необхідному обсязі фінансування до 10 тис. дол., проекти категорії «Кіно» - при необхідному обсязі фінансування 10-100 тис. дол. Зі збільшенням необхідного обсягу фінансування частка успішних проектів різко знижується.

Таким чином, технологічні проекти, на відміну від ініціатив в сфері мистецтва повинні бути досить витратними, щоб дозволити авторам досягти значних результатів.

Отже, проведений аналіз тенденцій краудфандінгового фінансування технологічних проектів свідчить про те, що на універсальних платформах частка таких проектів невелика, а спеціалізовані платформи поки недостатньо популярні. Найчастіше успіху досягають серйозні технологічні проекти з досить великими потребами у фінансуванні.

Слід зазначити, що краудфандинг є доволі вдалим та простим механізмом фінансування для

ІННОВАЦІЇ

інноваційного бізнесу. Він дозволяє підприємцю отримати фінансування без допомоги банків, біржі чи венчурних фондів. Крім життєздатного проекту, компанії потрібно лише мати рахунок у банку. Це суттєво полегшує процес фінансування. Крім того, компанія, яка провадить збір коштів може залучити кошти величезної маси людей на умовах, які будуть набагато вигіднішими, ніж ті які можуть запропонувати банки чи фонди. Важливим є і те, що підприємство за кількістю вкладників може вельми об'єктивно провести аналіз зацікавленості людей у результаті ідеї на яку збирають кошти. Якщо люди голосують за щось власними коштами, то вони вважають це цікавим чи необхідним. Також розміщення на краудфандинговій платформі - це додаткова реклама свого підприємства чи продукту, що дозволяє підприємцю ще раз заявити ринку про себе, робить продукцію більш впізнаваною.

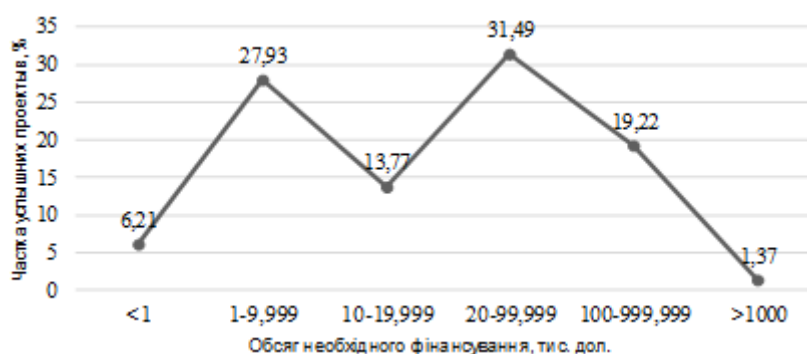


Рис. 4. Частка успішних проектів в залежності від необхідного обсягу фінансування (Kickstarter) [9]

Механізм краудфандингу більш відкритий і доступний для розуміння та використання пересічними громадянами, ніж інші можливі варіанти залучення коштів. Можливість вкласти мізерні суми та простота процесу вкладення істотно збільшує кількість потенційних інвесторів.

Можна виділити певні риси краудфандингу, що роблять його ефективним способом фінансування інноваційних проектів.

По-перше, результати збору коштів на краудфандинговій платформі є певним показником для підприємця щодо подальшої долі проекту. Адже чим більше коштів було залучено за допомогою даного способу фінансування, тим більше людей уже ознайомилось і повірило в перспективу проекту.

По-друге, є помітне зниження трансакційних витрат на організацію фінансування проектів завдяки зменшенню кількості посередників.

По-третє, колективні способи фінансування проектів істотно розширюють перелік способів традиційного інвестування. Підтвердженням цього є те, що у США (які є лідером краудфандингової діяльності) у 2012 році відбулися зміни у законодавстві, що підвищили обсяг інвестицій, які можуть залучатись організаціями за допомогою колективного фінансування без відповідної емісії цінних паперів до суми 1 млн дол.

По-четверте, краудфандингова модель фінансування має значні переваги для інвестування інноваційних проектів, оскільки знімає ряд істотних обмежень традиційних способів фінансування [6].

В той же час краудфандінг має також і декілька значних недоліків. Він не підходить для великих проектів, що вимагають істотних вкладень, бо такому фінансуванню залишаються обмеження в розмірі зазначеної суми інвестицій. Мінусом є також відсіювання потенційно сильних проектів зі слабкою маркетинговою та рекламною складовою, тобто проект може бути корисним та мати всі шанси на успіх, але без належного його освітлення, без гарної презентації він має мало шан-

ІННОВАЦІЇ

сів зібрати необхідні кошти.

Тож з'являється розуміння, що найшвидший і найефективніший спосіб вирішити проблеми з пошуком ресурсів для власного розвитку – це не пошук дешевих кредитних ресурсів чи лобювання інтересів у влади, а саме самофінансування, в тому числі і використання краудфандингу, навіть зважаючи на його недоліки.

В Україні краудфандинг практично не розвинутий. Цією діяльністю на теренах України займаються лише дві компанії. У 2012 році з'явилася перша вітчизняна краудфандингова платформа «Спільнокошт». За перші два роки «Спільнокошт» допоміг зібрати своїм користувачам 3,8 млн грн. [7]. Здебільшого на базі цієї платформи організувалося фінансування соціальних, культурних та екологічних проектів. Тільки нещодавно ця компанія почала організувати збір коштів для реалізації технологічних новинок.

На початку 2013 року почала свою роботу друга в Україні краудфандингова компанія «Na-starte». За її сприяння збираються кошти на фінансування проектів у сфері культури, спорту, комп'ютерних ігор та новітніх технологій. Ця платформа має більш комерційне спрямування, ніж «Спільнокошт». Майже 90% усіх розміщених на базі «Na-starte» проектів - комерційні [7].

Загалом український ринок краудфандингу розвинутий вельми слабо. Його ресурсів достатньо лише для задоволення дрібних потреб малого бізнесу та населення. Зібрати кошти на реалізацію амбіціозного високо-технологічного проекту, стартапу з продуктом, який буде орієнтовано на західний чи азійський ринок на українських платформах практично неможливо. Таким проектам доводиться користуватися послугами європейських та американських краудфандингових компаній. Але при цьому вітчизняні підприємці зустрічаються з рядом труднощів, які умовно можна розділити на територіально-організаційні та культурні. До перших, наприклад, можемо віднести те, що більшість краудфандингових компаній працюють лише з підприємцями із Західної Європи, Північної Америки та Австралії. Інші вимагають відкрити рахунок у певних американських чи європейських банках. З усіх відомих лише компанії «Kickstarter» та «Indiegogo» працюють з користувачами практично з усіх країн світу. Це певним чином обмежує можливості українського користувача у виборі платформи та регіону світу для збору коштів.

Також виникають і культурні труднощі при використанні іноземних краудфандингових платформ. Перш за все це мовний бар'єр. Практично всі зарубіжні платформи працюють на англійській мові. Презентацію проекту також необхідно робити на англійській мові, щоб потенційні інвестори могли ознайомитися з ідеєю. При викладенні матеріалу треба враховувати культурні особливості, зацікавленість та специфіку сприйняття інформації зарубіжної аудиторії, що доволі важко зробити українському підприємцю через культурні розбіжності.

Але при наявності потенційно цікавого проекту, звичайно, доцільно докласти зусиль для подолання зазначених труднощів, бо суми коштів, що збираються проектами на зарубіжних платформах непорівнянні з тими, що можливо зібрати в Україні за наявної краудфандингової інфраструктури.

Висновок. Таким чином, можемо дійти висновку, що у сучасній світовій економіці краудфандинг став доволі ефективним інструментом інвестування. Він є простим, доступним та дієвим як для підприємств, так і для потенційних інвесторів із числа пересічних громадян. Більшість краудфандингових проектів у розвинутих країнах направлені на фінансування інноваційних проектів. Вітчизняний ринок краудфандингу знаходиться лише на стадії зародження й значно відстає від зарубіжних аналогів. Розвиток краудфандингової інфраструктури в Україні є нагальною потребою для розвитку бізнесу різної величини, розробки та впровадження на виробництві інновацій. Оскільки, не зважаючи на певні недоліки краудфандингу, він все ж таки надає великі можливості для стартапів на ранньому етапі розвитку. Адже це не тільки шанс залучити кошти на прийнятних для себе умовах. Головне - це можливість протестувати свою ідею і дізнатися, наскільки вона важлива і потрібна людям.

Дана форма фінансування значно спростила реалізацію і подальший розвиток перспективних інноваційних проектів. Проте для підвищення ефективності процесу збору коштів за допомо-

ІННОВАЦІЇ

гою краудфандингу необхідні наукові розробки. Адже важливу роль відіграють територіальні особливості населення, де здійснюється збір коштів, тобто для максимально ефективної віддачі необхідно врахувати особливості, потреби, ментальність і рівень культурного й освітнього розвитку добротинців.

Література

1. Васильчук, І. П. Краудфандинг як феномен постіндустріальної економіки / І. П. Васильчук // Ефективна економіка. - 2013. - № 11. - С. 20-25.
2. Макарович, В. К. Краудфандинг: механизм привлечения необходимых ресурсов / В. К. Макарович, В. О. Огородник // Научный диспут: вопросы экономики и финансов: сборник тезисов научных работ II Международной научно-практической конференции (Киев - Будапешт - Вена, 31 марта 2015 г.). - 73 с.
3. Огородник, В. О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної системи / В. О. Огородник // Науковий вісник Ужгородського університету. - 2014. - № 3 (44). - С.103-105.
4. Петрушенко, Ю. М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проєктів соціально-економічного розвитку / Ю. М. Петрушенко, О. В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2014. - № 1. - С.172-182.
5. Молибог, М. А. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проєктів / М. А. Молибог, Н. В. Івашова // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О. Ф., (м. Суми, 27 травня 2015 р.) / за заг. ред.: О. В. Прокопенко, М. М. Петрушенка. – Суми : СумДУ, 2015. – С. 252-253.
6. Швидка, О. П. Краудфандинг як сучасний інструмент інвестування інноваційних підприємств / О. П. Швидка, І. Лисенко // Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] : зб. матеріалів I Всеукр. наук.-практ. конф., 29-30 берез. 2016 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2016. – С. 33-34.
7. Васильєв, О. В. Краудфандинг - сучасний інструмент фінансування розвитку інтелектуального капіталу / О. В. Васильєв, С. С. Матюченко // Інвестиції: практика та досвід. - 2016. - № 18. - С. 36-40.
8. Massolution/Crowdsourcing.org 2015CF Crowdfunding Industry Report [Electronic resource]. - Access mode: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>.
9. Kickstarter Stats [Electronic resource]. - Access mode: // <https://www.kickstarter.com/help/stats>.

References

1. Vasylychuk, I. P. (2013). Kraudfandinh yak fenomen postindustrialnoi ekonomiky [Crowdfunding as a phenomenon of the post-industrial economy]. *Efektivna ekonomika - Efficient Economy*, № 11, pp. 20-25 [in Ukrainian].
2. Makarovych, V. K., Ohorodnyk, V. O. (2015). Kraudfandynh: mekhanyzm pryvlechenya neobkhodnykh resursov [Crowdfunding: the mechanism of attracting the necessary resources]. *Nauchnyi dysput: voprosy ekonomiky y finansov: sbornyk tezysov nauchnykh robot II Mezhdunarodnoi nauchno)prakticheskoi konferentsyy* (Kyev - Budapesht - Vena, 31 marta 2015 h.). - Science Debate: Issues of Economy and Finance: collection of scientific works of the II International Scientific Abstracts conference (Kiev - Budapest - Vienna, 31 March 2015), p. 73 [in Russian].
3. Ohorodnyk, V. O. (2014). Kraudfandynh yak innovatsiinyi instrument modernizatsii natsionalnoi finansovo-investetsiinyi systemy [Crowdfunding as an innovative tool for the modernization of national financial and investment system]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. - Scientific Bulletin of the Uzhgorod University*, № 3 (44), pp. 103-105. (in Ukrainian).
4. Petrushenko, Yu. M., Dudkin, O. V. (2014). Kraudfandynh yak innovatsiinyi instrument finansuvannia proektiv sotsialno-ekonomichnoho rozvytku [Crowdfunding as an innovative financing instrument of socio-economic development projects]. *Marketing i menedzhment innovatsii - Marketing and management of innovations*, №1, pp. 172-182 [in Ukrainian].
5. Molyboh, M. A., Ivashova, N. V., Prokopenko, O. V., Petrushenka, M. M. (2015). Kraudfandynh yak innovatsiinyi instrument finansuvannia proektiv [Crowdfunding as an innovative tool for project funding]. *Ekonomichni problemy staloho rozvytku: materialy Mizhnarodnoi naukovy-praktychnoi konferentsii imeni prof. Balatskoho O. F., (m. Sumy, 27 travnia 2015 r.)* – The economic problems of sustainable development: materials of the International O.F. Balatsky scientific-practical conference (Sumy, May 27, 2015). Sumy: SumDU, pp. 252-253 [in Ukrainian].
6. Shvydka, O. P., Lysenko, I. (2016). Kraudfandynh yak suchasnyi instrument investuvannia innovatsiinykh pidpriemstv [Crowdfunding as a modern tool of investment innovative enterprises]. *Innovatsiine pidpriemnytstvo: stan ta perspektyvy rozvytku [Elektronnyi resurs] : zb. materialiv I vseukr. nauk.-prakt. konf., 29-30 berez. 2016 r. - Innovative business: state and prospects of development [electronic resource]: collection of materials and All-Ukrainian scientific-practical conference, February 29-30, 2016. M-vo osvity i nauky Ukrainy, DVNZ «Kyiv. nats. ekon. un-t im. V. Hetmana».* – Ministry of Education and Science of Ukraine, DVNZ Vadym Hetman Kyiv National Economic University. Kyiv : KNEU, pp. 33-34 [in Ukrainian].
7. Васильєв, О. В. Краудфандинг - сучасний інструмент фінансування розвитку інтелектуального капіталу / О. В. Васильєв, С. С. Матюченко // Інвестиції: практика та досвід. - 2016. - № 18. - С. 36-40 [in Ukrainian].
8. Massolution/Crowdsourcing.org 2015CF Crowdfunding Industry Report [Electronic resource]. – Retrieved from: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> [in English].
9. Kickstarter Stats [Electronic resource]. - Retrieved from: // <https://www.kickstarter.com/help/stats>.

Надійшла 15.08.2016