

## РОЗДІЛ 8 ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.144

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-33>

Адвокато́ва Н. О.

Карнауше́нко А. С.

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### ЗАСТОСУВАННЯ КРАУДФАНДИНГУ ЯК АКТИВІЗАТОРА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті досліджено теоретичну суть краудфандингу, визначено суб'єктів краудфандингових операцій, його форми, які передбачають використання фінансових ресурсів із боку зацікавлених у результатах проєкту суб'єктів за допомогою спеціалізованої краудфандингової платформи, показано переваги його використання в сучасному суспільстві. Виділено шість основних ознак Інтернет-краудфандингу, які дають змогу стати ефективним інноваційним способом фінансування проєктів. Здійснено порівняльну характеристику основних краудфандингових платформ в Україні. Під час дослідження було проведено соціологічне онлайн-опитування, яке дало можливість проаналізувати інформацію про обізнаність українців щодо можливостей, які надає краудфандинг. Визначено найпопулярніші сфери поширення краудфандингу та його пріоритетні напрями. Здійснено аналіз кількості краудфандингових платформ у світі.  
**Ключові слова:** краудфандинг, краудфандингова платформа, бекери, донори, IT-технології.

**Постановка проблеми.** Сьогодні глобалізаційні процеси у світовій ринковій економіці зумовлюють господарюючих суб'єктів на підвищення власної конкурентоспроможності, що потребує залучення грошових коштів на подальший розвиток бізнесу. Існуючі способи фінансування підприємницької діяльності часто є недоступними на початковому етапі проєкту. У зв'язку із цим постає необхідність у пошуку новітніх фінансових інструментів підтримки. Одним із таких інструментів є краудфандинг.

Цей метод з'явився недавно, але зарекомендував себе як інноваційний фінансовий інструмент, за допомогою якого можна швидко отримати підтримку власного проєкту та стартапу. Окрім того, краудфандинг допоможе вже діючому підприємству залучити грошові кошти на розвиток.

Особливістю даного методу фінансування є те, що будь-яка фізична чи юридична особа може знайти в краудфандингу спосіб додаткового фінансування своєї діяльності. Однак виникає низка особливостей, які залежать від того, чи несе компанія, яка використовує краудфандинг, певні зобов'язання перед інвесторами; чи має хтось із них право на частку в компанії або чи це благодійна допомога. Залишається відкритою проблема практичного використання краудфандингу, оскільки, на думку багатьох експертів, в Україні дуже низький рівень довіри населення до новацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у дослідження питання фінансування бізнес-проєктів шляхом краудфандингу зробили такі закордонні та українські науковці, як: Ю. Петрушенко [1], О. Дудкін [2], Д. Демченко [3], Н. Гончарук [4], А. Фоменко [5], Л. Некрасова [6], В. Поліщук [7], А. Рогова [8], І. Химич [9], В. Красномоєць [10], Л. Кадол [11], К. Лебедева, М.К. Санін, Є.Ю. Безуглова.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є узагальнення теоретичних та дослідження практичних основ із використання такого фінансового інструменту, як краудфандинг, а також визначення подальших перспектив його розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** Краудфандинг – це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, застосовуючи мережу Інтернет заради того, щоб підтримати ідеї інших людей або підприємств. За допомогою громадського фінансування досягаються різні поставлені цілі: допомога постраждалим від стихійних лих, підтримка з боку вболівальників чи фанатів, підтримка політичних кампаній, фінансування стартап-компаній та молодіжного підприємництва, створення вільного програмного забезпечення тощо [1].

Термін «краудфандинг» запропонував Джефф Хау (Jeff Howe) у 2006 р. Уважається, що термін «краудфандинг» з'явився одночасно з терміном «краудсорсинг», однак саме явище громадського фінансування з'явилося набагато раніше.

Якщо перекладати дослівно термін «краудфандинг» з англійської мови (crowdfunding), то це означає «фінансування натовпом». На думку авторів, доцільним буде адаптувати даний переклад до української мови та викласти цей термін як «народне (колективне) фінансування». У такому перекладі приховується основна суть цього явища.

За своєю суттю краудфандинг – це народне фінансування ідеї або залучення грошових коштів від усіх бажаючих за допомогою мережі Інтернет, щоб підтримати будь-який проєкт. Він може бути як комерційним, так і некомерційним. Ті люди, які намагаються зібрати фінанси подібним чином, мають назву «реципієнти», а ті, хто вкладають грошові кошти, іменуються «донорами» [2].

У класичній моделі краудфандинга повинно бути три учасники:

– перший – це автори ідеї або проєкту (реципієнти), який необхідно профінансувати та в подальшому реалізувати. Краудфандинг надає можливість отримати прямий доступ до ресурсів і отримати фінансову підтримку від зацікавлених осіб;

– другий – це потенційні інвестори (донори), які вирішили фінансово підтримати запропоновані проєкти та в результаті ризикують, а в подальшому очікують винагороду. Здійснивши

вибір найцікавішого проєкту (на їхню думку), вони стають співучасниками його реалізації;

– третій – це краудфандингова платформа – інструмент, за допомогою якого зустрічаються перші два учасника.

На думку авторів, у моделі краудфандингу повинен бути четвертий учасник – держава (рис. 1).

Зазвичай для того щоб виставити свій проєкт на платформу краудфандингу, потрібно вказати ціль даної ідеї, визначити необхідну суму та скласти калькуляцію всіх витрат. Окрім того, під час збирання коштів усі користувачі повинні мати доступ до даної інформації [3].

Можна виділити такі риси Інтернет-краудфандингу, що роблять його ефективним інноваційним способом фінансування проєктів [4–6].

По-перше, краудфандингова платформа має певні переваги порівняно з економічними агентами, що традиційно виділяють та розподіляють кошти за напрямками витрат (фінансовими посередниками або державними установами), та поєднує дві функції, такі як акумуляція коштів та визначення напрямів витрат. Порівняно з фінансовими посередниками краудфандинг характеризується більшою гнучкістю й може містити експерименти за напрямками діяльності та проєктами. Порівняно з державними установами проєкти краудфандингу мають такі переваги, як швидкість виділення коштів (термін збору коштів чітко визначений), прозорість інформації щодо проєкту, підзвітність і відповідальність перед спільнотою.

По-друге, використання краудсорсингових технологій дає змогу виробляти комерційні блага, а також локальні суспільні блага, вироблення яких у значних обсягах займалася держава. Зокрема, це проєкти локального благоустрою, допомога певним соціальним категоріям населення тощо. Це стає можливим під час підготовки проєкту: оцінки попиту на результати впровадження проєкту, просування серед зацікавленої аудиторії, дистрибуція результатів проєкту серед краудінвесторів (першочергове надання благ, диференціація залежно від суми внеску та ін.).

По-третє, спостерігається зниження трансакційних витрат на організацію фінансування проєктів завдяки меншій кількості посередників. Під час отримання фінансування такими посередниками є краудфандингова платформа та банківська установа, що обслуговують вклади. Таким чином, кількість ієрархічних рівнів, на яких ухвалюються рішення щодо особливостей фінансування, істотно скорочується, натомість спектр можливих краудінвесторів надзвичайно розширюється.

По-четверте, краудфандинг масово залучає інвесторів, звертаючись не лише до економічних мотивів, а й до спільних соціальних інтересів.

Серед великої кількості потенційних краудінвесторів необхідно виділити критерії, що їх об'єднують. Досвід успішного фінансування свідчить, що попитом користуються проєкти, пов'язані з інтересами та ідентичністю представників конкретної економічної спільноти. Тому для авторів проєктів важливо визначити характеристики спільноти, її склад, а в подальшому просувати проєкт, орієнтуючись на неї. Необхідно зауважити, що спільноти можуть поєднуватися різними способами. У разі спільноти зі спільними складниками ідентичності (наприклад, професійні групи) ініціатори проєкту стикаються з додатковими трансакційними видатками на інформування широкого кола осіб. Натомість під час роботи з проєктами розвитку локальних громад видатки на інформування зацікавленої групи значно скорочуються, оскільки розмір і склад спільноти чітко визначено та збігаються з певними територіальними межами. Додатковою перевагою роботи в територіальних громадах є вищий рівень соціального капіталу, ніж під час роботи з не пов'язаними між собою індивідуумами. Це стає можливим за рахунок тісних та різномісних зв'язків усередині спільноти.

По-п'яте, колективні способи фінансування проєктів істотно розширюють перелік способів традиційного інвестування. Підтвердженням цього є те, що у США у 2012 р. відбулися зміни в законодавстві, що підвищили обсяг інвестицій, які можуть залучатися організаціями за допомогою колективного фінансування без відповідної емісії цінних паперів до суми 1 млн дол. [5].

По-шосте, краудфандингова схема фінансування має істотні переваги для інвестування інноваційних проєктів, оскільки знімає низку істотних обмежень традиційних способів фінансування.

Сьогодні для більшості українських компаній характерним є брак коштів, щоб інвестувати у власні бізнес-проєкти, тому дедалі частіше вони вдаються до залучення коштів від індивідуальних та інституційних інвесторів через краудфандингові платформи [7].

Через слабкий розвиток українського фондового ринку не вдається повноцінно використовувати його можливості та інструменти. Також для більшої частини населення процес інвестування коштів є доволі складним, незрозумілим і через нестабільну економічну ситуацію не викликає довіри. Таким чином, стає майже неможливим залучення коштів юридичних і фізичних осіб для реалізації різноманітних проєктів.

Сьогодні ринок краудфандингу є найбільш перспективним у сфері інформаційних технологій, тому українська платформа народного фінансування може стати першим кроком до стабілізації економіки та в подальшому для ефективного роз-

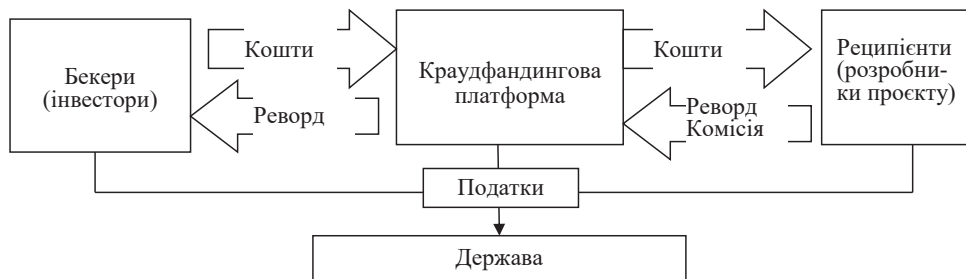


Рис. 1. Взаємозв'язок учасників краудфандингового фінансування

Джерело: розроблено авторами

витку нашої країни і виходу на одну позицію зі світовими лідерами [8].

Позитивними результатами розвитку краудфандингу в Україні є те, що він має переважно соціальну спрямованість. Таким чином, це сприяє формуванню традицій інвестування, реалізації соціальних і економічних інновацій, появи альтернативного банківського фінансування. Іноземний досвід демонструє ефективність такої соціальної моделі, тому це важливо врахувати Україні для забезпечення економічного зростання та зменшення залежності від позичених ресурсів [9; 10].

Краудфандинг сьогодні демонструє і закріплює філософію бізнесу, що працює за принципом «давайте зробимо разом». Йдеться не тільки про залучення у фінансування проекту великих груп людей. Навколо ідеї також обов'язково будуватиметься спільнота, здійснюватиметься зворотна комунікація, тестуватиметься і рекламуватиметься новий продукт.

В Україні зараз тільки розвиваються краудфандингові платформи, орієнтовані на місцевий ринок. Вони популяризуються і застосовуються в різних громадських нішах – від чисто комерційних структур до культурних, творчих, соціальних та інноваційних.

Першою українською краудфандинговою платформою стала «Велика Ідея» (biggggidea.com), яка створена у вересні 2012 р. [10]. На офіційному сайті платформи виділяють три розділи: «Спільнокошт», «Практикита» та «Можливості». Сьогодні ресурс об'єднує соціальних інноваторів, митців, критиків, соціальних підприємців, журналістів та громадських активістів з усієї України. Сто тисяч людей зі всього світу щомісяця відвідують платформу. Ресурс охоплює сфери, що безпосередньо впливають на суспільні зміни: соціальні інновації, відновлювальна енергетика, ІТ, ефективність людських ресурсів та продуктивність роботи, реформи країн світу, культурні проекти, відповідальне підприємництво, венчурна філантропія [11; 12].

Стартовий капітал для початку роботи «Великої Ідеї» було надано фондом Конрада Аденауера в розмірі 14 тис грн. Більшість коштів було витрачено на створення та запуск сайту платформи. Сьогодні «Велика Ідея» частково фінансується міжнародними фондами та організаціями-донорами: Charles Stewart Mott Foundation, PactInc., USAID, National Endowment for Democracy. «Велика Ідея» отримує часткове фінансування завдяки комісії з кожного успішного проекту [13].

Однією з найуспішніших українських краудфандингових платформ є Na-Starte.com із головним офісом в Одесі. Розробники платформи запускають проекти в багатьох містах України (у Запоріжжі, Києві, Черкасах та Дніпрі) [14]. За

допомогою платформи Na-Starte.com було зібрано 3,7 млн грн (124% від заявленої суми збору) на зйомки фільму Георгія Делієва «Одеський підкидьок» (табл. 1).

За період із 2012 по 2018 р. українські розробники досягли неабияких результатів за допомогою краудфандингу. Так, наприклад, у 2015 р. український стартап Conceptor анонсував новинку – iBlazr 2. На запуск другого покоління спалаху стартап вирішив зібрати 70 тис дол. У результаті на платформі Kickstarter iBlazr 2 профінансували за три дні, а за весь час кампанії вдалося зібрати 253,578 тис дол. [15–17].

У 2015 р. розробники проекту Robo запустили кампанію на Kickstarter, метою якої було зібрати 70 тис дол. на розвиток продукту. У результаті Robo Wunderkind залучив набагато більше – 246,613 тис дол. У цьому ж році стартап Ecoisme запустив кампанію на Indiegogo, щоб зібрати 50 тис дол. на доопрацювання сенсора до стану готового продукту та запуску у виробництво першої невеликої партії пристроїв. У результаті було зібрано 67,732 дол.

Проект FORCE зареєструвався на Kickstarter із метою зібрати 30 тис дол. на запуск власної продукції в масове виробництво. За 30 днів даний проект зібрав суму в розмірі 30,314 тис дол. [18].

За допомогою проведеного соціального опитування у соціальній мережі Facebook встановлено, що більшість респондентів чули поняття «краудфандинг» та знають його значення, але залишається велика частка тих, хто не знає, що таке краудфандинг, або не знає його суті (рис. 2).

Таким чином, поняття «краудфандинг» відоме українцям, але тільки 11% опитаних скористалися таким фінансовим інструментом для отримання підтримки з метою реалізації власних ідей.

Сфера поширення краудфандингу досить різноманітна, але все ж дає змогу виділити пріоритетні напрями використання як у світі, так і в Україні (рис. 3).

На першому місці соціальна сфера (27,4%), також висока частка бізнесу і приватного підприємництва (16,9%), з метою виробництва і просування фільмів і кіноіндустрії використовується 11,9%, музика і звукопис – 7,5%, у сфері енергетики і навколишнього середовища – 5,9%, мода – 5,5%, мистецтво у цілому – 4,8%, інформаційні та комунікаційні технології – 4,8%, журналістика, книги, фотовидавництво – 3,5%, наука і техніка – 3,2% [18].

Сумарно на проекти в галузі науки і техніки, а також інформаційних технологій припадає близько 8% усіх проектів у системі краудфандингу [16]. Краудфандинг став інструментом для фінансування і стимулювання інновацій. Хоча

Таблиця 1

## Порівняльна характеристика основних краудфандингових платформ в Україні

Порівняльні ознаки	Spilnokosht	Ukrainian Charity Exchange	Na-Starte
Спеціалізація	Ініціативні проекти від дієвих громадян та громад	Підтримує благодійні та соціальні проекти	Функціонує як онлайн-магазин передпродажу
Вид краудфандингових кампаній	Все або нічого	До цілі	Все або нічого + до цілі
Кількість успішно реалізованих проектів	276	3241	24
Кількість інвесторів	33904	6211	9200
Сума коштів успішних проектів, млн грн	20,852	199,682	6,176

Джерело: сформовано авторами на основі [14; 16; 17]

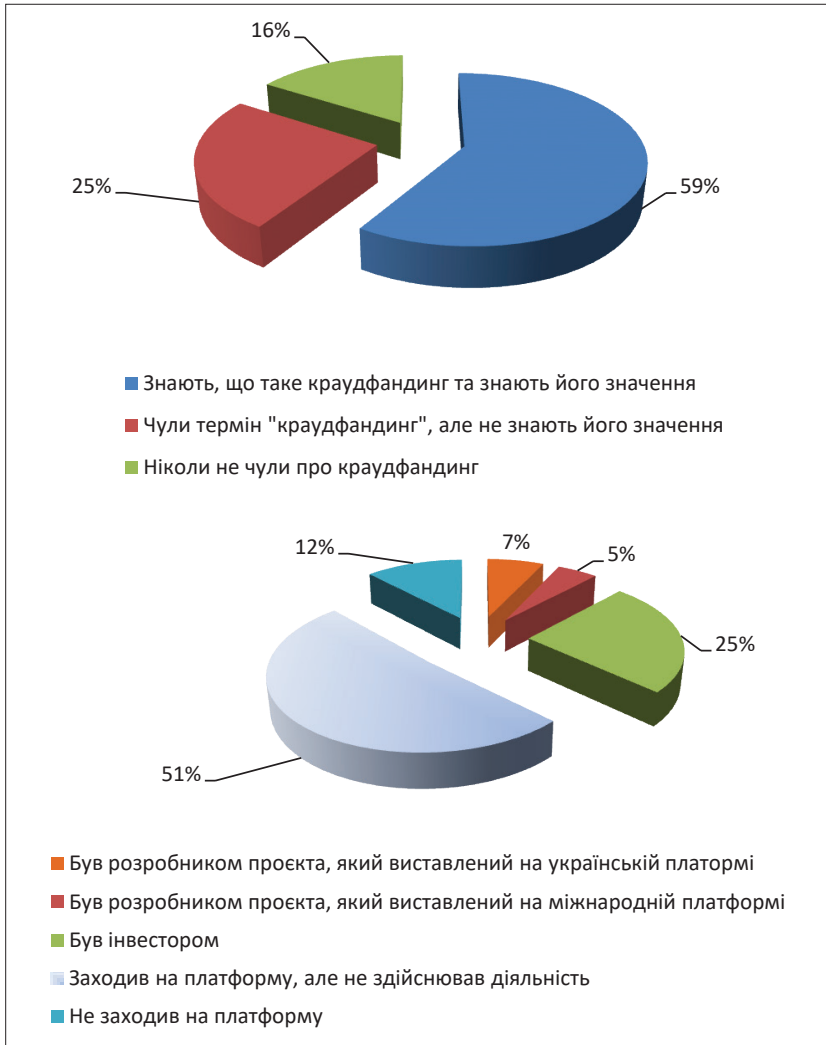


Рис. 2. Результати проведеного соціологічного опитування у соціальній мережі Facebook

Джерело : соціальне опитування авторів

все ще залишається популярним у декількох розвинених країнах, країни, що розвиваються, можуть швидко перейняти досвід.

Понад 80% Інтернет-користувачів регулярно спілкуються у соціальних мережах, яких легко проінформувати про цікавий бізнес-проект. Це величезна потенційна база, навіть з урахуванням того, що 65% населення світу (4,6 млрд осіб) усе ще не мають доступу до Інтернету [17].

Сьогодні у світі існує 1 250 краудфандингових платформ, але з кожним роком їх стає більше. Майже половина (46%) всіх існуючих краудфандингових платформ працює на території Північної Америки [18] (рис. 4).

Усе більше Інтернет-користувачів дізнаються про краудфандингові проекти та беруть участь в їх фінансуванні. Дослідники прогнозують 200% зростання краудфандингу в Україні, а також його використання як інструменту для вирішення соціальних проблем населення й окремих регіонів країни [19]. Прискорити процес упровадження даного виду фінансування на вітчизняний ринок могли б посилені медіапідтримка та створення ефективної законодавчої бази. Найближчим часом саме краудфандинг стане основним способом фінансування благодійних проектів, а також проектів соціального та креативного плану. На разі більш вигідного способу отримати початковий капітал на розвиток бізнесу, ніж застосувавши краудфандинг, у нашій країні немає [19].



Рис. 3. Пріоритетні напрями проектів, які реалізовані за допомогою краудфандингу, %

Джерело: сформовано авторами на основі [2; 11; 18]



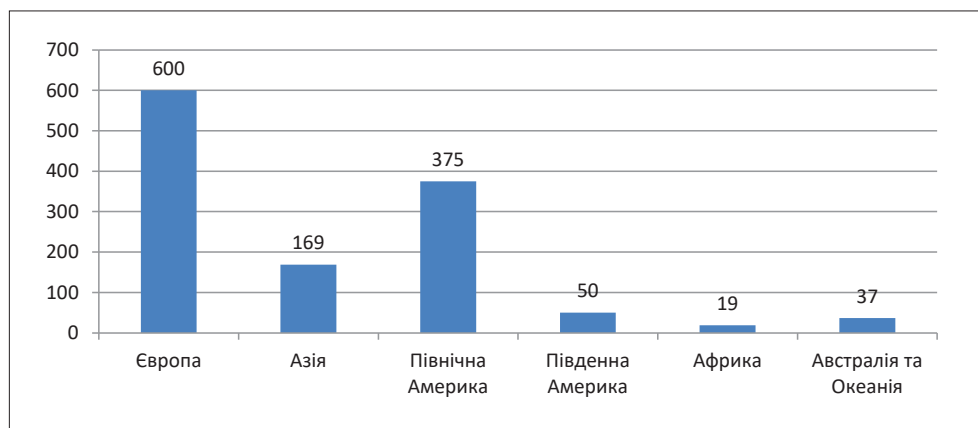


Рис. 4. Кількість краудфандингових платформ у світі в 2018 р.

Джерело: сформовано авторами на основі [16–18]

**Висновки і пропозиції.** У системі джерел фінансування підприємництва виділено краудфандинг як інструмент фінансування перспективних проєктів, які не знайшли своєї підтримки у банкірів або приватних інвесторів. Краудфандинг є способом залучення грошей у формі благодійності або інвестицій від суспільства. Залежно від цілі інвестування грошей виділяють три різні моделі краудфандинга: модель благодійності, модель кредитування та інвестиційну модель. Найбільш популярною і часто використовуюваною моделлю краудфандинга у світі є модель благодійності, коли люди роблять фінансовий внесок у проєкт без очікування фінансової прибутковості.

Переваги краудфандингу для фінансування інноваційних проєктів полягають у: зменшенні ролі фінансових посередників; незалежності від банківського кредитування; просуванні інноваційного проєкту і його реклами; тестуванні інноваційної ідеї; публічності і прозорості інвестування в конкретні проєкти; збільшенні швидкості розвитку компанії; збереженні контролю над реалізацією інноваційного проєкту з боку інноватора.

Встановлено, що на розвиток краудфандингу впливають обізнаність населення, соціальні норми та ефективність місцевого самоврядування. Краудфандингові платформи найчастіше виникають і добре розвиваються в країнах із високим коефіцієнтом довіри населення, низькою вартістю виходу на ринок і адекватним захистом прав інвесторів. За допомогою краудфандингових платформ звичайні Інтернет-користувачі перетворюються на інвесторів, які не претендують на дивіденди або частку в бізнесі, які готові інвестувати в зрозумілі та відкриті проєкти.

Це зумовлює привабливість краудфандингу для підприємців, але водночас зобов'язує їх розробляти цікавий і зрозумілий продукт.

Краудфандинг як модель фінансування в Америці, Канаді і Великобританії, безсумнівно, більш розвинений, аніж в Україні. Згідно зі статистикою, розмір залучених коштів за допомогою краудфандингу в США перевищує 660 млн дол., 54 млн дол. у Великобританії й 44 млн дол. у Канаді, в Україні цей показник становить приблизно 3 млн дол.

Невисокий рівень розвитку краудфандингу в Україні зумовлюється демографічною ситуацією в країні, низьким коефіцієнтом довіри населення, відносно слабким поширенням електронної комерції і практично повною відсутністю регулюючої нормативно-правової бази. Однак краудфандинг в Україні як модель фінансування показує стабільне зростання. Кількість платформ неухильно зростає, сумарні збори українських краудфандинг-сервісів підвищуються з року в рік, люди стають усе більш лояльними до даного способу залучення коштів. Сучасний ринок традиційного інвестування має певний фінансовий поріг, краудфандинг знімає це обмеження для потенційного інвестора і дає змогу авторам ідей обійти консерватизм інвестиційного ринку і реалізувати найсміливіші проєкти.

Краудфандинг у всьому світі і в Україні зокрема вже перетворився з невеликого експерименту на відмінний фінансовий інструмент із подальшими перспективами, який продовжує розвиватися, набирати популярність і залучати нових інвесторів.

#### Список використаних джерел:

- Петрушенко Ю.М., Дудкін О.В. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проєктів соціально-економічного розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 1. С. 172–182. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi\\_2014\\_1\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2014_1_19). (дата звернення: 15.11.2019).
- Демченко Д. В 2018 году украинцы собрали на краудфандинге больше 2 млн дол. США. Вот 15 самых успешных проєктов. *AIN.UA*. 2018. URL : <https://ain.ua/2018/12/18/kraudfanding-ukrainy-2018/> (дата звернення: 15.11.2019).
- Гончарук Н. Краудфандинг, или Народное финансирование. *Институт эволюционной экономики*. 2012. URL : [http://iee.org.ua/ru/prog\\_info/22113/](http://iee.org.ua/ru/prog_info/22113/) (дата звернення: 15.11.2019).
- Фоменко А.О. Сучасні умови розвитку краудфандингу в Україні. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2013. № 3(23). С. 93–96. URL : <http://old.bumib.edu.ua/ru/visnyk/3232013/suchasni-umovi-rozvitku-kraudfandingu-v-ukraini> (дата звернення: 15.11.2019).
- Некрасова Л.А., Давиденко М.В. Впровадження краудфандингу для стимулювання інноваційної діяльності підприємств України в IT-сфері. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2014. Т. 19. С. 76–81. URL : [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILE=&2\\_S21STR=Vonuecon\\_2014\\_19\\_2\(3\)\\_19](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Vonuecon_2014_19_2(3)_19) (дата звернення: 15.11.2019).
- Поліщук В.Г. Зарубіжний досвід фінансування проєктів за схемою краудфандинг. *Молодий вчений*. 2014. № 12(15). С. 63–66. URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/12/89.pdf> (дата звернення: 15.11.2019).

7. Мосс А. Что такое краудфандинг? *Crowdsourcing.ru* : портал крауд-сервисов. 2012. URL : [http://crowdsourcing.ru/article/what\\_is\\_the\\_crowd](http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowd) (дата звернення: 15.11.2019).
8. Рогова А.В. Краудсорсинг как инструмент социально-экономического развития региона. *Современные проблемы науки и образования*. 2013. № 5. URL : <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=10531> (дата звернення: 15.11.2019).
9. Химич І. Краудсорсинг – сучасна фінансово-маркетингова стратегія підприємства. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2014. Вип. 1(10). С. 242–249. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sepid\\_2014\\_1\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sepid_2014_1_28) (дата звернення: 15.11.2019).
10. Красномоветц В.А., Рой А.І. Сучасний стан та перспективи розвитку краудфандингу в Україні. *Сучасні підходи до управління підприємством*. 2016. № 1. URL : <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/72884>. (дата звернення: 15.11.2019).
11. Попович Д.В., Назар Н.В., Савчин Н.В. Краудфандинг як новітній спосіб фінансування в Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 10(62). С. 873–876. URL : <http://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/PDF-24-1.pdf> (дата звернення: 15.11.2019).
12. Боровець Л. П'ять способів використання краудфандингу для освіти. *AIN.UA*. 2018. URL : <https://ain.ua/2018/04/30/kraudfanding-dlya-osviti/> (дата звернення: 15.11.2019).
13. Що таке краудфандинг і як використати його можливості для реалізації власного проекту. *Вінницька обласна Асоціація органів місцевого самоврядування* : вебсайт. URL : <http://sg.vn.ua/news/shho-take-kraudfandyng-i-yak-vykorystatyi-yogo-mozhlyvosti-dlya-realizatsiyi-vlasnogo-proektu/> (дата звернення: 15.11.2019).
14. Спорыш К., Лебедева К. Краудфандинг: досвід письменниці. *Будуй своє*. 2019. URL : <https://buduysvoe.com/publications/50-tys-grn-na-vydannya-knygy-zaprosto> (дата звернення: 15.11.2019).
15. Санін М.К., Безуглова Є.Ю. Краудсорсинг в інноваційній діяльності. *Праці гуманітарного факультету. Збірник наукових статей НДУ ІТМО*. 2014. С. 301–306.
16. Коламбет К. Все, что вы хотели узнать про краудфандинг, но стеснялись спросить. *Netpeak.net*. 2019. URL : <https://netpeak.net/ru/blog/vsyo-cto-vy-hoteli-uznat-pro-kraudfanding-no-stesnyalis-sprosit/> (дата звернення: 15.11.2019).
17. Куксін В. Краудфандинг в Україні: чи легко проекту зібрати гроші на Kickstarter. *Shotam.info*. 2019. URL : <https://shotam.info/kraudfandyng-v-ukraini-chy-lehko-proektu-zibraty-grosi-na-kickstarter/> (дата звернення: 15.11.2019).
18. Kickstarter против Indiegogo: какая краудфандинговая платформа лучше подходит для вашего проекта. *Delo.UA*. 2017. URL : <https://delo.ua/special/kickstarter-protiv-indiegogo-kakaja-kraudfandyngovaja-platforma-333036/> (дата звернення: 15.11.2019).
19. Petrenko V., Karnauschenko A. Joint enterprises in foreign trade activity of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2017. Vol. 3. № 5. P. 203–207. URL : <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/286> (дата звернення: 15.11.2019).

## References:

1. Petrushenko YU. M., Dudkin O. V. (2014), Kraudfandyng yak innovatsiynny instrument finansuvannya proektiv sotsial'noekonomichnoho rozvytku. [Crowdfunding as an innovative financing tool for socio-economic development projects]. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*. No.1, pp. 172-182. available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi\\_2014\\_1\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2014_1_19) (accessed 15 November 2019).
2. Demchenko D. (2018), V 2018 roku ukraintsy sobraly na kraudfandynghe bil'she 2 mln dol. SSHA. Vot 15 samykh uspeynykh proektiv. [In 2018, Ukrainians raised more than \$ 2 million at crowdfunding. USA. Here are the 15 most successful projects]. *AIN.UA*. available at: <https://ain.ua/2018/12/18/kraudfanding-ukrainy-2018/> (accessed 15 November 2019).
3. Honcharuk N. (2012), Kraudfandyng yly narodnoe fyansyrovanye. [Crowdfunding or popular financing.] *Ynstytut ivolyutsyonnoy ykonomiky*. available at: [http://iee.org.ua/ru/prog\\_info/22113/](http://iee.org.ua/ru/prog_info/22113/) (accessed 15 November 2019)
4. Fomenko A. O. (2013), Suchasni umovy rozvytku kraudfandyngu v Ukraini. [Current conditions of development of crowdfunding in Ukraine]. *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*. No. 3(23). pp. 93-96 available at: <http://old.bumib.edu.ua/ru/visnyk/3232013/suchasni-umovi-rozvytku-kraudfandyng-u-ukraini> (accessed 15 November 2019).
5. Nekrasova L.A., Davydenko M.V. (2014), Vprovadzhennya kraudfandyngu dlya stymulyuvannya innovatsiynoyi diyal'nosti pidpryyemstv Ukrainy v IT-sferi. [Implementation of crowdfunding to stimulate innovation activity of Ukrainian enterprises in the IT sphere]. *Visnyk Odeskogo nacionalnogo universitetu. Ekonomika*. No. 19. pp. 76-81 available at: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=Vonu\\_econ\\_2014\\_19\\_2\(3\)\\_19](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Vonu_econ_2014_19_2(3)_19) (accessed 15 November 2019).
6. Polishchuk V.H. (2014), Zarubizhnyy dosvid finansuvannya proektiv za skhemoyu kraudfandyng. [Foreign experience in crowdfunding projects financing] *Molodyy vchenyy*. No. 12 (15), pp. 63-66. available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/12/89.pdf> (accessed 15 November 2019).
7. Moss A. (2012), Chto takoe kraudfandyng? [What is crowdfunding?] *Crowdsourcing.ru: portal kraud-servysov*. available at: [http://crowdsourcing.ru/article/what\\_is\\_the\\_crowd](http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowd) (accessed 15 November 2019).
8. Rohova A. V. (2013), Kraudsorsyng kak ynstrument sotsyal'no-ikonomycheskoho razvytya rehyona. [Crowdsourcing as a tool for socio-economic development of the region]. *Sovremennyye problemy nauky u obrazovanyya*. No. 5, available at: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=10531> (accessed 15 November 2019).
9. Khymych I. (2014), Kraudsorsyng – suchasna finansovo – marketynhova stratehiya pidpryyemstva. [Crowdsourcing – modern financial and marketing strategy of the enterprise.]. *Sotsial'no-ekonomichni problemy i derzhava*. No. 1 (10). pp. 242-249. available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sepid\\_2014\\_1\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sepid_2014_1_28) (accessed 15 November 2019).
10. Krasnomovets' V.A., Roy A.I. (2016), Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku kraudfandyngu v Ukraini. [Current status and prospects of crowdfunding in Ukraine.] *Suchasni pidkhody do upravlinnya pidpryyemstvom*. No 1, available at: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/72884> (accessed 15 November 2019).
11. Popovych D.V., Nazar N.V., Savchyn N.V. (2018), Kraudfandyng yak novitniy sposib finansuvannya v Ukraini. [Crowdfunding as the newest way of financing in Ukraine.]. *Molodyy vchenyy*. No. 10 (62), pp. 873-876 available at: <http://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/PDF-24-1.pdf> (accessed 15 November 2019).
12. Borovets' L. (2018), P'yat' sposobiv vykorystannya kraudfandyngu dlya osvity. [Five ways to use crowdfunding for education]. *AIN.UA*. available at: <https://ain.ua/2018/04/30/kraudfanding-dlya-osviti/> (accessed 15 November 2019).
13. Shcho take kraudfandyng i yak vykorystaty yoho mozhlyvosti dlya realizatsiyi vlasnogo proektu. [What is crowdfunding and how to use it to implement your own project.]. *Vinnits'ka oblasna Asotsiatsiya orhaniv mistsevoho samovryaduvannya*. available at: <http://sg.vn.ua/news/shho-take-kraudfandyng-i-yak-vykorystaty-yogo-mozhlyvosti-dlya-realizatsiyi-vlasnogo-proektu/> (accessed 15 November 2019).
14. Sporysh K., Lebedeva K. (2019), Kraudfandyng: dosvid pys'mennytsi. [Crowdfunding: The Writer's Experience.]. *Buduy svoeye*. available at: <https://buduysvoe.com/publications/50-tys-grn-na-vydannya-knygy-zaprosto> (accessed 15 November 2019).
15. Sanin M.K., Bezuhlova YE.YU. (2014), Kraudsorsyng v innovatsiynoy diyal'nosti. [Crowdsourcing in innovation. Proceedings of the Faculty of Humanities.]. *Pratsi humanitarnoho fakul'tetu. Zbirnyk naukovykh statey NDU ITMO*. No. 2, pp. 301-306.

16. Kolambet K. (2019) Vse, chto vy khotely uznat' pro kraudfandynh, no stesnyalis' sprosyit'. [Everything you wanted to know about crowdfunding, but were hesitant to ask.] *Netpeak.net*. available at: <https://netpeak.net/ru/blog/vsyo-chto-vy-hoteli-uznat-pro-kraudfanding-no-stesnyalis-sprosit/> (accessed 15 November 2019).
17. Kuksin V. (2019), Kraudfandynh v Ukraini: chy lekho proektu zibraty hroshi na Kickstarter. [Crowdfunding in Ukraine: Is it Easy for a Project to Raise Money on Kickstarter.]. *Shotam.info*. available at: <https://shotam.info/kraudfandynh-v-ukraini-chy-lekho-proektu-zibraty-hroshi-na-kickstarter/> (accessed 15 November 2019).
18. Kickstarter protyv Indiegogo: kakaya kraudfandynhovaya platforma luchshe podkhodyt dlya vashoho proekta. [Indiegogo: Which crowdfunding platform is best for your project.], *Delo.UA*. available at: <https://delo.ua/special/kickstarter-protiv-indiegogo-kakaya-kraudfandingovaya-platforma-333036/> (accessed 15 November 2019).
19. Petrenko V., Karnaushenko A. (2017), Joint enterprises in foreign trade activity of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 3, No. 5, pp. 203-207. available at: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/286> (accessed 15 November 2019).

**Адвокатов Н. А.  
Карнаушенко А. С.**

ГВНЗ «Херсонский государственный аграрный университет»

## ПРИМЕНЕНИЕ КРАУДФАНДИНГА КАК АКТИВИЗАТОРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### Резюме

В статье исследована теоретическая суть краудфандинга, определены субъекты краудфандинговых операций, его формы, которые предполагают использование финансовых ресурсов со стороны заинтересованных в результатах проекта субъектов с помощью специализированной краудфандинговой платформы, показаны преимущества его использования в современном обществе. Выделены шесть основных признаков Интернет-краудфандинга, которые позволяют стать эффективным инновационным способом финансирования проектов. Осуществлена сравнительная характеристика основных краудфандинговых платформ в Украине. В ходе исследования проведен социологический онлайн-опрос, который дал возможность проанализировать информацию об осведомленности украинских граждан о возможностях, предоставляемых краудфандингом. Определены самые популярные сферы распространения краудфандинга и его приоритетные направления. Осуществлен анализ количества краудфандинговых платформ в мире.  
**Ключевые слова:** краудфандинг, краудфандинговая платформа, бекеры, доноры, ИТ-технологии.

**Advokatova Nadiia  
Karnaushenko Alla**

Kherson State Agrarian University

## APPLICATION OF CRAUDFUNDING AS AN ENTREPRENEURSHIP OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

### Summary

A key issue addressed in this study was crowdfunding, a new phenomenon for domestic practice that links the efforts of people who voluntarily pool their money or other resources together using the Internet to support the ideas of others or businesses. Public funding achieves different goals – disaster relief, support from fans or fans, support for political campaigns, financing start-ups and youth entrepreneurship, creating free software and more. The study examines the economic nature of crowdfunding, identifies the subjects of crowdfunding operations, its forms, which involve the use of financial resources by those interested in the results of the project by means of a specialized crowdfunding platform, formulated the benefits of using in modern society. The emergence of crowdfunding is driven by the broader ability of the enterprise to obtain financing for its own projects through specialized platforms. Crowdfunding has emerged at the intersection of marketing, innovation, transaction cost theory, has emerged and met the needs of members of the public in opportunities to invest personal resources in various projects. The survey highlighted six key features of online crowdfunding that make it an effective, innovative way of financing projects. Comparative characteristics of major crowdfunding platforms in Ukraine have been made. During the survey, an online sociological survey was conducted which provided an opportunity to analyze information about the awareness of Ukrainians about the opportunities provided by crowdfunding. The most popular areas of crowdfunding and its priority areas are identified. The number of crowdfunding platforms in the world is analyzed. The low level of crowdfunding in Ukraine is driven by the demographic situation in the country, the low confidence level of the population, the relatively weak spread of e-commerce and the almost complete absence of a regulatory framework. However, crowdfunding in Ukraine as a financing model shows steady growth. The number of platforms is steadily increasing, the total fees of Ukrainian crowdfunding services are increasing year by year, people are becoming more and more loyal to this method of raising funds. The modern market for traditional investing has a certain financial threshold, crowdfunding removes this restriction for the potential investor and allows the authors of ideas to get around the conservatism of the investment market and implement the most daring projects.

**Keywords:** crowdfunding, crowdfunding platform, backers, donors.