

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-4-47>

УДК 336.7:330.1

**Тищенко В.В.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фінансів і банківської справи,  
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

**Tyshchenko Volodymyr**

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

## КРАУДФАНДІНГ ЯК ФІНАНСОВИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

*Для активізації підприємницької діяльності в Україні та реалізації більшості інвестиційних проєктів потрібно використовувати відповідні передові фінансові інструменти, такі як краудфандінг. У статті розглянуто сутність краудфандінгу як фінансового інструмента реалізації інвестиційних проєктів, які можуть мати інноваційну, соціальну, культурну спрямованість або бізнес-спрямованість. Охарактеризовано класифікаційні ознаки, які притаманні сучасному краудфандінгу. Такі ознаки виділено залежно від мети інвестиційних проєктів, форми винагороди інвесторів, способу фінансування, умов акумулювання коштів. Наведено приклади найбільш успішних краудфандінгових платформ, які функціонують у світі та Україні. Проаналізовано основні переваги та обмеження під час застосування краудфандінгу в Україні.*

***Ключові слова:** фінансування, фінансовий інструмент, інвестиційний проєкт, спрямованість, класифікаційні ознаки, краудфандінг, краудфандінгова платформа.*

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток економік світу формує передумови переведення національної економіки України на сучасну інноваційну модель

розвитку, яка потребує залучення великих обсягів фінансових ресурсів. Гострою проблемою української економіки є невідповідність наявних обсягів вільних

фінансових ресурсів у великих власників, які готові їх вкладати в інноваційний розвиток, потребам фінансування такого розвитку. Для активізації підприємницької діяльності та реалізації необхідних вітчизняних інвестиційних проєктів, які мають інноваційну, соціальну, культурну спрямованість або бізнес-спрямованість, потрібно використовувати відповідні передові фінансові інструменти, такі як краудфандинг. У зв'язку з цим розроблення теоретичних і методичних засад щодо оцінювання розвитку краудфандингу в Україні є важливим та актуальним інструментом формування сучасної інноваційної моделі розвитку національної економіки України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичним обґрунтуванням питань фінансування інвестиційних проєктів, які мають інноваційну, соціальну, культурну спрямованість або бізнес-спрямованість, зокрема вивченню такого фінансового інструмента, як краудфандинг, займаються вітчизняні та іноземні науковці, наприклад О. Абакуменко, А. Агравал, І. Алексєєв, Б. Баюс, І. Васильчук, О. Васильєва, Е. Гербер, О. Дудкін, М. Денисенко, Е. Зеолі, С. Йенцш, Д. Корнєєв, О. Корнух, А. Кочієва, О. Кузьмін, П. Куо, Т. Ламберт, А. Лей, Дж. Лернер, О. Марченко, О. Мельник, К. Міллер, В. Поліщук, Ю. Петрушенко, Н. Саббагх, О. Скибінський, Р. Фешур, М. Фрей, Дж. Хау, Й. Хемер, В. Швальц, А. Швієнбахер, Н. Шпак, Л. Швець, Т. Яворська. Науковими доробками цих авторів є дослідження сутності краудфандингу, розроблення методики застосування процедури впровадження інвестиційних проєктів засобами краудфандингу, ідентифікація проблем фінансування інвестиційних проєктів.

Однак, незважаючи на напрацювання різних авторів, низка питань запровадження краудфандингу в Україні як фінансового інструмента для фінансування різних інвестиційних проєктів досі не розв'язана.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є оцінювання потенціалу краудфандингу для України як фінансового інструмента для фінансування інвестиційних проєктів та активізації підприємницької діяльності й реалізації інноваційних, соціальних, культурних проєктів або бізнес-проєктів.

**Виклад основного матеріалу.** Для успішної реалізації будь-якого інвестиційного проєкту потрібні як унікальна ідея, так і продумана технологія її втілення, але якщо при цьому немає достатньої кількості фінансових ресурсів, то проєкт не зможе реалізуватися. Цю проблему може вирішити краудфандинг, який є сьогодні найбільш перспективним інструментом фінансування інвестиційних проєктів, що не потребує залучення банківських кредитів і позик у родичів. Згідно з прогнозами Світового Банку до 2025 року щорічні вкладення в краудфандинг сягнуть \$93 млрд. Сьогодні у світі третину всіх інвестиційних проєктів, які фінансуються через краудфандинг, складають соціальні та розважальні проєкти, а дві третини – комерційні проєкти [1, с. 271].

З урахуванням організаційного підходу краудфандинг є одним з видів краудсорсінгу, який є мобіліза-

цією необхідних ресурсів, зокрема людських, за допомогою інформаційних технологій. При цьому метою такої організації може бути вирішення різноманітних завдань, які ставляться суспільством, державою, громадою або бізнесом [2, с. 15; 3, с. 133].

Краудфандинг (від англ. “crowdfunding”, що перекладається так: “crowd” – «натовп», “funding” – «фінансування») дослівно перекладається як «народне (колективне) фінансування». Механізм краудфандингу діє як співпраця всіх бажаючих об'єднати наявні у них ресурси, зокрема фінансові, для реалізації чіткої ідеї або інвестиційного проєкту. Збираються всі необхідні фінансові ресурси за допомогою спеціальних краудфандингових платформ, які є публічними, прозорими та підзвітними, тобто можна відстежити те, наскільки зібрані фінансові ресурси витрачаються за призначенням.

Краудфандинг як економічне явище у світі зародилось на початку ХХІ сторіччя. Поодинокі «громадські збори» через Інтернет почали проводити з 2000 року для впровадження музичних проєктів. Сьогодні це є глобальним економічним явищем.

Прообразом краудфандингу були громадські збори коштів через телебачення. Першим прикладом громадського пожертвування на одну конкретну мету є перший телевізійний марафон на підтримку «Фонду дослідження раку імені Деймона Раніона» проведений у 1949 році комедійним актором Мільтоном Берле, за 16 годин якого було зібрано понад ста тисяч доларів.

Одним з основних факторів появи та стрімкого розвитку такого феномена, як краудфандинг, є наявність доступу до Інтернету у населення. Згідно з даними Світового банку за останнє десятиріччя кількість активних інтернет-користувачів у світі зросла втричі, сягнувши близько 4 млрд. осіб (рис. 1).

Залежно від спрямованості інвестиційних проєктів (інноваційні, соціальні, культурні або бізнесові) їх види фінансування через краудфандингові платформи можуть бути розділені за різними класифікаційними ознаками (рис. 2).

Виходячи з мети інвестиційних проєктів, можемо виокремити такі види краудфандингу, як соціальний краудфандинг, що є фінансуванням вирішення суспільних соціальних проблем (це може бути збір коштів на лікування людей з певним діагнозом або для фінансування перетримки домашніх тварин); бізнес-краудфандинг, що є фінансуванням нової або вже наявної діяльності, в результаті якої планується одержати прибуток; інноваційний краудфандинг, що є фінансуванням стартапів зі створення інноваційних продуктів і технологій (ідеї, пов'язані з технічними винаходами, новітніми продуктами в різних галузях техніки, технології, організації праці, управління); культурний краудфандинг, що спрямований на фінансову підтримку творчих проєктів та культурних заходів (фінансування культури й мистецтва, зокрема молодих виконавців, художників, письменників); політичний краудфандинг, що є фінансуванням політичних партій та діячів, громадських об'єднань, правозахисної діяльності (окрім збору

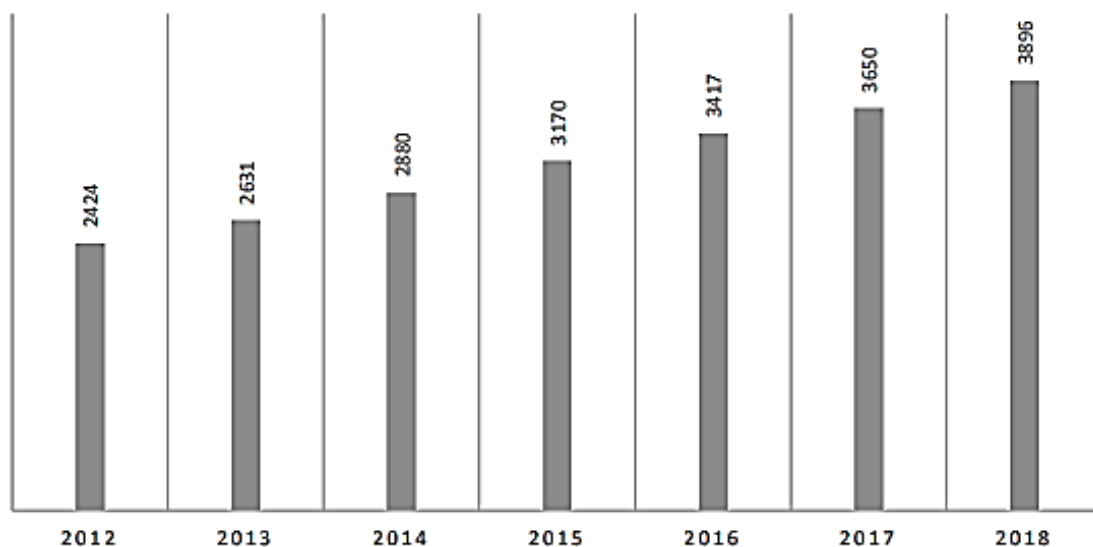


Рис. 1. Кількість інтернет-користувачів у світі, млн. осіб

Джерело: "Statista data", 2019 рік

коштів на проведення політичних кампаній та фінансування іншої політичної діяльності, адже такий краудфандінг привертає увагу потенційного електорату, акцентує легітимність та громадську підтримку).

Залежно від форми винагороди інвесторів виділяють краудфандінг без винагороди інвестору, коли збір коштів є добровільним актом, зробленим без будь-яких зобов'язань для одержувача (зворотною дією одержувача до інвестора може бути «дякую» або згадка інвестора у ЗМІ); краудфандінг з нефінансовою винагородою інвестору, коли винагородою може бути подарунок або продукт, який фінансується (подарункові CD, DVD з фільмами або альбомами пісень, автографи авторів, програмне забезпечення тощо), краудінвестинг, що передбачає отримання прибутку інвестора за декількома моделями (роялті, колективне кредитування, акціонерний краудфандінг).

Залежно від способу фінансування виокремлюють благодійний краудфандінг, який не припускає жодної винагороди, адже інвестори дають кошти безоплатно; краудфандінг-кредитування, що здійснюється у формі колективного кредитування, P2P-кредитування ("person to person") або P2B ("person to business").

Зазвичай акумулювання необхідних коштів на реалізацію інвестиційного проекту за рахунок краудфандінгу здійснюється через краудфандінгові платформи (спеціалізовані сайти). Якщо в зазначений термін необхідна сума не зібрана, то різні платформи мають свої унікальні пропозиції для організаторів збору коштів:

1) усі зібрані кошти повернуться інвесторам, при цьому правила низки платформ передбачають, що інвестиційний проект можна продовжувати (пересувати дату закінчення збору коштів);

2) є платформи, на яких прописано чітке правило мінімального збору коштів, які можна передати організаторам інвестиційного проекту (треба зібрати мінімум

50% з урахуванням того, що комісія по цій сумі буде вище, ніж за умови збору всієї необхідної суми);

3) платформа дає змогу забрати будь-яку зібрану суму (при цьому треба враховувати, яку частину інвестиційного проекту можна буде реалізувати за ці кошти, яким чином можна буде віддати винагороду нечисленним інвесторам);

4) платформа не регламентує чітких дат закінчення збору необхідної суми коштів (такі краудфандінгові платформи підходять для збору коштів на реалізацію соціальних або благодійних проектів (кошти збирають, поки потрібна сума не буде зібрана)).

Нині у світі успішно функціонує велика кількість краудфандінгових платформ. Найбільша кількість їх розміщена на серверах, розташованих у США (кілька сотень), Данії, Великобританії (до півсотні), Франції, Іспанії, Німеччині та Італії (по кілька десятків у кожній країні). Розглянемо найбільш відомі зарубіжні краудфандінгові платформи.

Найпопулярніша краудфандінгова платформа у США – це "Kickstarter" ([www.kickstarter.com](http://www.kickstarter.com)). Ця платформа є одним з найбільш відвідуваних у світі інтернет-ресурсів. "Kickstarter" є прикладом для створення інших аналогічних краудфандінгових платформ. Вона була створена у США у 2009 році. Всі інвестиційні проекти на цьому сайті проходять експертизу, що забезпечує досить високий показник завершеного фінансування (збирається вся необхідна сума), а саме близько половини від усієї кількості розміщених на цьому сайті інвестиційних проектів. За свої послуги "Kickstarter" стягує комісію 5% від суми зібраних коштів.

"Kickstarter" спеціалізується на зборі коштів для реалізації нових, раніше не реалізованих, ідей та креативних проектів (зйомка незалежного кіно, створення музики, гаджетів, відеоігор тощо). Обов'язковим правилом "Kickstarter" є повернення інвесторам усіх коштів,

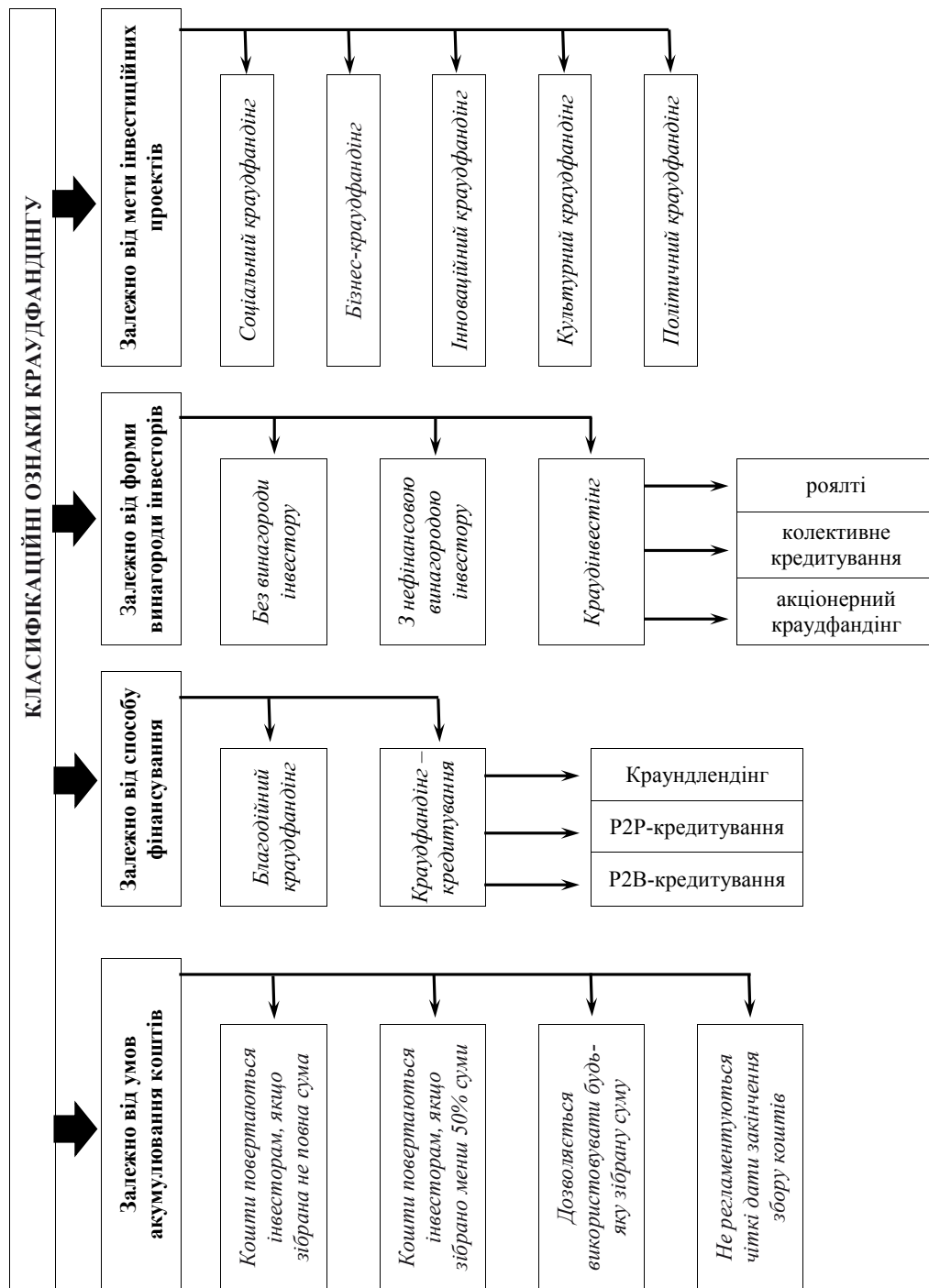


Рис. 2. Класифікаційні ознаки краудфандінгу

Джерело: складено автором на основі [4; 5; 6]

якщо потрібну суму не було зібрано за зазначений період (такий період автор інвестиційного проєкту визначає самостійно, однак він не може перевищувати два місяці).

Для того щоби забезпечити фінансову підтримку значної кількості різних інвестиційних проєктів, необхідно привернути увагу безлічі інтернет-користувачів. На “Kickstarter” кількість активних інвесторів перевищує 15 млн. осіб (рис. 3).

В середині 2014 року інвестиційний проєкт зі створення багатofункціонального похідного холодильника

“Coolest Cooler” зібрав на “Kickstarter” 13,28\$ млн. В першому кварталі 2015 року цей рекорд був перевершений збором коштів на інвестиційний проєкт зі створення смарт-годинника з кольоровим екраном “E-Paper” (“Pebble Time”), склавши 20,34\$ млн.

Не менш популярною у США є краудфандінгова платформа “IndieGoGo” ([www.indiegogo.com](http://www.indiegogo.com)). “IndieGoGo” була створена у США у 2008 році задля пошуку джерел фінансування креативних ідей та бізнес-ідей, а також благодійності. “IndieGoGo” є інтер-

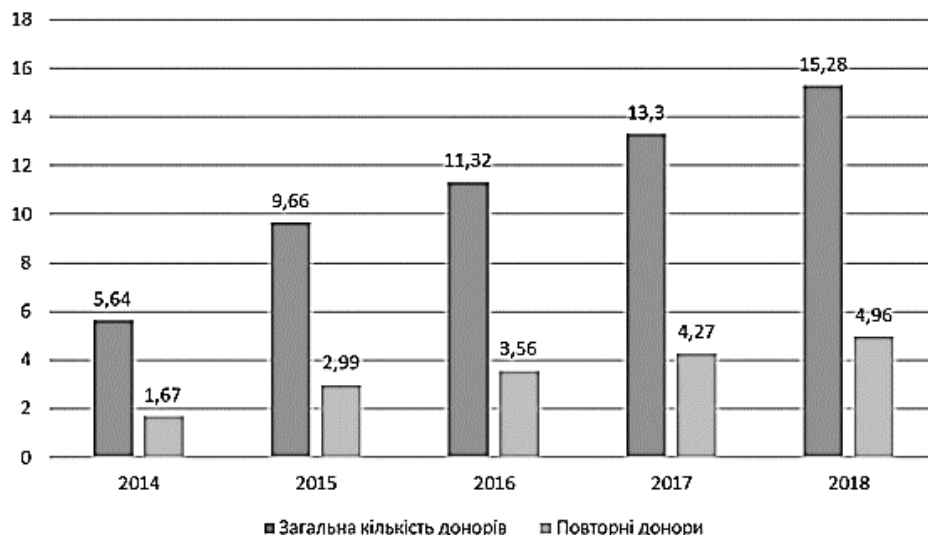


Рис. 3. Динаміка зростання кількості донорів на краудфандінговій платформі “Kickstarter”, млн. осіб

Джерело: “Statista data”, 2018 рік; “Kickstarter”, 2019 рік

національною платформою, що працює в близько 200 країнах. На відміну від “Kickstarter”, “IndieGoGo” дає змогу розмістити будь-який інвестиційний проєкт, зокрема благодійний, а також на платформі “IndieGoGo” можна збирати кошти на фінансування різних життєвих подій, таких як сімейні свята, затрати на медичне обслуговування, непередбачені випадки.

Крім того, на відміну від “Kickstarter”, “IndieGoGo” передбачає, що якщо інвестиційний проєкт не збирає необхідну суму за означений термін, то зібрані кошти все одно надаються автору проєкту, змінюється тільки комісія (базова комісія становить 4% від зібраної суми, за недостатнього фінансування – 9%).

Рейтинг найбільш успішних інвестиційних проєктів “IndieGoGo” менше вражає, однак і тут є свої рекордсмени, зокрема проєкт “Lets Give Karen – The bus monitor – Н Klein A Vacation!”, що зібрав 703 168\$, “StickNFind- Bluetooth Powered ultra small Location Stickers”, що зібрав 931 870\$, “Bug-A-Salt”, що зібрав 577 636\$, “Let’s Build a Goddamn Tesla Museum”, що зібрав 1 370 461\$.

Велика кількість краудфандінгових платформ працює в Європейському Союзі. Однією з найуспішніших європейських краудфандінгових платформ є “Booomegang” ([www.boomegang.dk](http://www.boomegang.dk)). Вона заснована в Данії у 2009 році і спочатку спеціалізувалась на фінансуванні інвестиційних проєктів щодо створення музики та відеоігор. Однак незабаром “Booomegang” переорієнтувався на підтримку соціальних та суспільно значущих проєктів, при цьому його благодійні та соціальні інвестиційні проєкти мають більшу підтримку, ніж аналогічні на “Kickstarter”. В середньому сума коштів, які збираються на цьому сайті для окремого проєкту, не перевищує 10\$ тис.

Провідною краудфандінговою платформою Великої Британії є “JustGiving” (<https://www.justgiving.com>), яка була створена у 2001 році і є глобальною соці-

альною онлайн-платформою, яку використовують для збирання коштів у 170 країнах світу. “JustGiving” може використовуватися для забезпечення соціальних фондів, що підтримуються окремими особами. Оголошення фінансової підтримки є простим і може здійснюватися безпосередньо за допомогою кредитних/дебетових карток. Якщо благодійна організація та донор розташовані у Великобританії, пожертви також можуть надсилатися за допомогою SMS. Крім того, пожертвування можна направити безпосередньо до благодійних організацій після додавання посилання на “JustGiving”, відображаючи суми на сторінці збору коштів, створеної для благодійництва. “JustGiving” працює на моделі “Keep it All”, тому кошти можуть зберігатися, навіть якщо мета не виконана.

Ця краудфандінгова платформа підтримує декілька валют, можливі додаткове звільнення від податків через подарункову допомогу (тільки для донорів Великобританії) та передача пожертвувань щотижня. Також є певні обмеження для цієї платформи, наприклад благодійні організації мають бути зареєстровані у “JustGiving” та в обмеженому переліку країн (які орієнтовані на Великобританію). Ця платформа стягує певну комісію, а саме 5% від кожної зробленої пожертви плюс 2,95% за кожну операцію.

Провідною французькою краудфандінговою платформою є “Ulule” (<https://www.ulule.com>), яка була створена у 2010 році і за 9 років збрала близько 50 мільйонів доларів фінансування для більш ніж 11 000 творчих, інноваційних та громадських проєктів. Ця платформа почала однією з перших нагромаджувати кошти декількома способами, зокрема менеджер проєкту може самостійно визначати суму коштів, яка необхідна для реалізації інвестиційного проєкту; є можливість влаштувати попередній продаж товару (послуги). Система стягнення комісії може змінюватися відповідно до суми зібраних коштів: від

6,67% для платежів з кредитових/дебетових карток до 4,17% для платежів чеком або через “PayPal”.

Провідною іспанською краудфандінговою платформою є “Goteo” (<https://goteo.org>), яка теж була створена у 2010 році. “Goteo” є соціальною мережею, яка сприяє співфінансуванню креативних інвестиційних проектів та їх подальшій спільній реалізації. Крім прохання про фінансову підтримку, кожен інвестиційний проект може спрямувати до інтернет-користувачів прохання про співпрацю, що може включати обмін знаннями, конкретні завдання або матеріальні блага. Підтримка надається інвестиційним проектам, які сприяють тому, що суспільство використовує відкриті джерела й знання. Платформа доступна іспанською, каталонською, баскською, англійською та французькою мовами. “Goteo” працює за принципом «все або нічого», отже, користувач отримує гроші тільки в разі досягнення заявленого мінімуму фінансування. “Goteo” також має унікальну методику фінансування у два тури, кожен з яких триває 40 днів. Завдання першого туру полягає у збиранні мінімально необхідної суми для запуску інвестиційного проекту. Під час другого туру збирають оптимальну суму грошей для вдосконалення інвестиційного проекту.

Однією з провідних німецьких краудфандінгових платформ є майданчик “Betterplace” (<https://www.betterplace.org>). Вона була створена у 2007 році та орієнтована на соціальні проекти. За допомогою цієї платформи зібрано близько 80 мільйонів євро для більш ніж 30 000 соціальних інвестиційних проектів. Цією платформою користуються для збирання коштів у 185 країнах світу. Як форма винагороди на цій платформі використовується схема без винагороди.

Провідною італійською краудфандінговою платформою є “DeRev” (<https://www.derev.com/it>), яка допомагає знаходити фінансування для соціальних інвестиційних проектів та акумулює громадську думку, підписи для петицій, може замовляти телефір для трансляції звернень або інтерв'ю. Ця платформа дає змогу трансформувати кращі ідеї у так звані революції (назва сервісу походить від лат. “De Revolutione”, що означає «Про Революції»). “DeRev” синтезує традиційний метод краудфандінгу та соціальну мережу. Автори сервісу DeRev виділяють три основних види інвестиційних проектів, які підтримує ця краудфандінгова платформа (вони їх називають революціями):

1) «революція звичайна», що фактично є стандартним опитуванням громадської думки, завданнями якого є впровадження дискусії з тієї чи іншої теми та пошук оптимального рішення;

2) «революція – краудфандінгом», що є кампанією із залучення коштів під ідею, яка повинна обов'язково відповідати одній з таких тем, як мистецтво і культура; політика і демократія; бізнес і технології; соціальні проекти, захист тварин, релігія; асоціації та фан-клуби; масові акції (флешмоби, події, маніфестації); схема краудфандінгу може існувати в трьох варіантах:

– «все або нічого» (зібрати треба всю суму, тільки в цьому разі коштами можна буде скористатись для реалізації інвестиційного проекту; збирання коштів може тривати від 7 днів до трьох місяців за бажанням ініціатора; комісія платформи “DeRev” в цьому разі становить очікувані 5% + 3%, які забирає платіжна система);

– «що зібрав, все моє!» (ця модель є копією схеми, запропонованої платформою “Indiegogo”, вона дає змогу ініціатору проекту забрати всі кошти, перераховані донорами; комісія в цьому разі зростає до 9%, а 3% забирають платіжні системи);

– фандрайзинг (цей вид збору коштів пропонується для інвестиційних проектів, які не мають часових та грошових кордонів (зокрема, для соціальних проектів; комісія “DeRev” в цьому разі знижується до 4%, а іноді може бути зовсім відсутньою);

3) «революція – петиція», що підходить для масштабних загальнонаціональних обговорень, які можуть вплинути на прийняття законів та формування громадської думки про ключові аспекти життя; термін такого проекту варіюється від трьох днів до року.

Провідними краудфандінговими платформами в Азії є Тайванська “Flying V” (<https://www.flyingv.cc>) та китайська “DemoHour” (<http://www.demohour.com>), які були створені у 2011 році. Ці платформи є азійським аналогом платформи “Kickstarter”. Для розміщення приймаються будь-які інвестиційні проекти. Схемою фінансування є «все або нічого». Як форма винагороди краудінвесторів використовується схема нефінансової винагороди.

Найуспішнішою краудфандінговою платформою Росії є платформа “Planeta.ru” (<https://planeta.ru>), що була створена у 2012 році. Ця платформа має широкий спектр напрямів, здебільшого соціальні й творчі проекти. Більшість профінансованих інвестиційних

Таблиця 1

Українські краудфандінгові платформи

Платформа	Офіційний веб-сайт	Кількість успішних проектів на 01.04.2019 р.	Капіталізація успішних проектів, грн.
1	2	3	4
Спільнокошт	<a href="https://biggggidea.com">https://biggggidea.com</a>	281	21 363 617
Українська біржа благодійності	<a href="https://ubb.org.ua">https://ubb.org.ua</a>	3482	210 312 512
Na-Starte	<a href="https://na-starte.com">https://na-starte.com</a>	Кожен 4	12 116 000

Джерело: «Спільнокошт», 2019 рік; «УББ», 2019 рік; “Na-Starte”, 2019 рік



Рис. 4. Переваги та обмеження застосування краудфандінгу в Україні

Джерело: складено автором на основі джерел [7; 8]

проектів належить до творчих категорій, таких як музика, кіно, театр, журналістика. Кількість зареєстрованих інтернет-користувачів на цій платформі перевищує 900 000, а кількість профінансованих проектів “Planeta.ru” складає біля 600. Цією платформою стягується комісія у 5% або 10% від зібраної суми (залежить від того, чи зібрали ви 100%) плюс 5%, які забирають собі платіжні системи.

Останніми роками краудфандінг почав бурно розвиватися в Україні. В табл. 1 наведено інформацію про успішні українські краудфандінгові платформи. Більшість інвестиційних проектів, які фінансуються через українські краудфандінгові платформи, має соціальне спрямування.

«Спільнокошт» (“Biggggidea”) націлена на розвиток сильного та відкритого суспільства, реалізацію бажаних системних змін. Через повну відсутність допомоги з боку держави у сфері культури зацікавлені в ній люди вирішили почати допомагати тим, хто хоче змінювати культурне середовище в Україні в кращій бік.

У 2009 році створений блог соціальних інновацій “Big Idea”, де люди ділилися своїми ідеями. Через 3 роки, тобто в березні 2012 року, «Велика ідея» запустила на своєму сайті ще й краудфандінгову платформу «Спільнокошт». На платформі «Спільнокошт» збирають кошти на проекти у сфері освіти, охорони здоров’я, літератури, музики, журналістики та наукових досліджень.

«Українська Біржа Благодійності» (УББ) – це краудфандінгова платформа, спрямована на збирання коштів для вдосконалення соціальної інфраструктури України за рахунок онлайн-благодійності. За кожну витрачену гривню кожен благодійник отримує повний звіт. Метою цієї платформи є створення, підтримка та розвиток ефективної бази взаємодії між донорами, громадськими організаціями та отримувачами допомоги.

«УББ» – це фактично інтернет-магазин, який пропонує можливість врятувати або поліпшити життя конкретних людей. Витрати на підтримку «УББ» фінансуються з грантів потужних благодійних фондів, як вітчизняних, так і міжнародних. «УББ» не отримує відсотка від пожертвувань. 100% зібраних коштів за вирахуванням комісій платіжних систем спрямовуються безпосередньо на інвестиційні проекти. Кошти благодійних інвестиційних проектів зберігаються на рахунках «УББ», доки не буде зібрана необхідна сума. Розмістити проект на цій краудфандінговій платформі може лише акредитована громадська організація, від фізичних осіб заявки про допомогу не приймаються.

“Na-Starte” – це українська краудфандінгова платформа для фінансування стартапів, комерційних та суспільно-соціальних інвестиційних проектів, бізнес-ідей. Ця платформа працює як магазин-перепродаж, адже, надаючи фінансову підтримку автору інвестиційного проекту, спонсор робить попереднє замовлення на продукт або послугу.

За допомогою цієї платформи у авторів оригінальних інвестиційних проектів, стартаперів з’являється можливість залучення фінансування, перевірки попиту на свою ідею, залучення перших покупців та лояльної аудиторії, отримання зворотного зв’язку про свій інвестиційний проект і можливості доопрацювання його до початку продажів, використання збору коштів як маркетингового інструмента та PR-інструмента.

Спонсори та споживачі оригінальних продуктів отримують можливість ексклюзивної винагороди, покупки продукту або послуги ще до виходу на ринок, участі в соціально значущих проектах.

Треба відзначити, що застосування краудфандінгу в Україні під час фінансування інвестиційних проектів різного спрямування має як низку переваг, так і низку обмежень (рис. 4).

Обмеження краудфіндингу мають здебільшого суб'єктивний характер, тому їх подолання є можливим в результаті зростання ступеня поінформованості громадськості стосовно переваг та потенціалу краудфіндингу для забезпечення збалансованого людського розвитку.

**Висновки.** В результаті дослідження краудфіндингу під час фінансування інвестиційних проектів виявлено, що в Україні відсутня система інформування потенційних інвесторів, донорів та осіб, які шукають

кошти для реалізації своїх ідей, про можливість співпраці через глобальну мережу Інтернет. Використання вітчизняних та зарубіжних краудфіндингових платформ для фінансування інвестиційних проектів створить передумови переведення національної економіки України на сучасну інноваційну модель розвитку, яка потребує залучення великих обсягів фінансових ресурсів, та активізує фінансові взаємовідносини, що буде сприяти економічному росту держави.

#### Список літератури:

1. Карпенко Л. Теоретико-методологічні засади стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств : дис. ... докт. екон. наук : спец. 08.00.04. Одеса, 2017. 471 с.
2. Whitley P. Crowdsourcing and Its Application in Marketing Activities. *Contemporary Management Research*. 2009. Vol. 5. № 1. P. 15–28.
3. Кушнір С. Краудфіндинг як одна з реальних можливостей фінансування стартапів та перспективи його розвитку в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 13. Ч. 3. С. 132–135.
4. Марченко О. Краудфіндинг: соціально-економічний зміст та види. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2013. № 4(15). С. 26–35.
5. Діба О., Гернего Ю. Краудфіндинг: теорія та можливості використання в Україні. *Банківська справа*. 2015. № 1–2. С. 53–62.
6. Тульчинська С., Солосіч О., Голуб М. Особливості краудфіндингу як різновиду інвестування. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2017. Вип. 19. С. 132–140.
7. Петрушенко Ю., Дудкін О. Краудфіндинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 1. С. 172–182.
8. Іващенко А., Поліщук Є., Діба О. Перспективи розвитку краудфіндингу в Україні як інструменту залучення коштів для підприємств малого та середнього бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 21. С. 34–39.

#### References:

1. Karpenko L. (2017). *Teoretyko-metodolohichni zasady stratehuvannia aktyvizatsii innovatsiino-investytsiinoho rozvytku promyslovykh pidpriemstv* [Theoretical and methodological principles of strategicization of activation of innovation and investment development of industrial enterprises] (Doctor of Economics). Odessa : Odessa National Polytechnic University.
2. Whitley P. (2009). Crowdsourcing and Its Application in Marketing Activities. *Contemporary Management Research*. Vol. 5. No. 1. P. 15–28.
3. Kushnyr S. (2015). Kraudfandinh yak odna z realnykh mozhlyvostei finansuvannia startapiv ta perspektyvy yoho rozvytku v Ukraini [Crowdfunding as one of the real possibilities for financing startups and prospects for its development in Ukraine]. *Scientific Journal of Kherson State University*. Vol. 13. P. 3. P. 132–135.
4. Marchenko O. (2013). Kraudfandinh: sotsialno-ekonomichnyi zmist ta vydy [Crowdfunding: socio-economic content and types]. *The Bulletin of Yaroslav Mudryi National Law University*. No. 4(15). P. 26–35.
5. Dyba O., Herneho Yu. (2015). Kraudfandinh: teoriia ta mozhlyvosti vykorystannia v Ukraini [Crowdfunding: theory and opportunities in Ukraine]. *Banking*. No. 1–2. P. 53–62.
6. Tulchynska S., Solosich O., Holub M. (2017). Osoblyvosti kraudfandinhu yak riznovydu investuvannia [Features of crowdfunding as a type of investment]. *Modern Problems of Economics and Entrepreneurship*. Vol. 19. P. 132–140.
7. Petrusenko Yu., Dudkin O. (2014). Kraudfandynh yak innovatsiinyi instrument finansuvannia proektiv sotsialno-ekonomichnoho rozvytku [Crowdfunding as an innovative tool for financing socio-economic development projects]. *Marketing and Management of Innovations*. No. 1. P. 172–182.
8. Ivashchenko A. (2016). Perspektyvy rozvytku kraudfandinhu v Ukraini yak instrumentu zaluchennia koshtiv dlia pidpriemstv maloho ta serednoho biznesu [Prospects for the development of crowdfunding in Ukraine as a tool for raising funds for small and medium-sized enterprises]. *Investment: practice and experience*. No. 21. P. 34–39.



## КРАУДФАНДИНГ КАК ФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

*Для активизации предпринимательской деятельности в Украине и реализации большинства инвестиционных проектов нужно использовать соответствующие передовые финансовые инструменты, такие как краудфандинг. В статье рассмотрена сущность краудфандинга как финансового инструмента реализации инвестиционных проектов, которые могут иметь инновационную, социальную, культурную направленность или бизнес-направленность. Охарактеризованы классификационные признаки, присущие современному краудфандингу. Такие признаки выделены в зависимости от цели инвестиционных проектов, формы вознаграждения инвесторов, способа финансирования, условий аккумуляции средств. Приведены примеры наиболее успешных краудфандинговых платформ, которые функционируют в мире и Украине. Проанализированы основные преимущества и ограничения при применении краудфандинга в Украине.*

**Ключевые слова:** финансирование, финансовый инструмент, инвестиционный проект, направленность, классификационные признаки, краудфандинг, краудфандинговая платформа.

## CROWDFUNDING AS A FINANCIAL INSTRUMENT FOR IMPLEMENTING INVESTMENT PROJECTS

*The rapid development of the economies of the world forms the prerequisites for the transition of the national economy of Ukraine to the modern innovative model of development, which requires attracting large amounts of financial resources. The acute problem of the Ukrainian economy is the mismatch of available large financial owners' free financial resources, which are ready to invest them in innovative development, and the financing needs of such development. Appropriate advanced financial instruments, such as crowdfunding, should be used to stimulate entrepreneurial activity in Ukraine and to realize more investment projects. Despite the contributions of various authors, a number of issues regarding the introduction of crowdfunding in Ukraine, as a financial instrument for financing various investment projects, have not yet been resolved. The article deals with the essence of crowdfunding as a financial instrument for the implementation of investment projects that can have: innovation, social, cultural or business orientation. With an organizational approach, crowdfunding is a type of crowdsourcing – it is the mobilization of the necessary resources, including human resources, through information technology. At the same time, the purpose of such an organization can be to solve various tasks that are assigned by society, state, community or business. Crowdfunding as an economic phenomenon in the world was born in the beginning of the XXI century. Individual “public meetings” have been held online since 2000 to introduce music projects. Today it is a global economic phenomenon. The article describes the classification features inherent in modern crowdfunding. Such features are distinguished depending on: the purpose of the investment projects; forms of investor compensation; method of financing; conditions of accumulation of funds. Currently, a large number of crowdfunding platforms are successfully operating in the world. Most of them are hosted on servers located in the United States (several hundred), in Denmark, in the United Kingdom (up to half a hundred), in France, in Spain, in Germany and in Italy (several dozen in each country). The article gives examples of the most successful crowdfunding platforms operating in the world and in Ukraine. The main advantages and limitations of crowdfunding in Ukraine are analyzed.*

**Key words:** financing, financial instrument, investment project, focus, classification features, crowdfunding, crowdfunding platform.