

О. В. Васильєв,
 д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки та оцінки майна підприємств,
 Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, м. Харків
 С. С. Матющенко,
 аспірант кафедри економіки та оцінки майна підприємств,
 Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, м. Харків

КРАУДФАНДИНГ — СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

A. Vasiliev,
 doctor of economics, professor, head of the department
 of economics and avaluation of companies' property of S. Kuznets Kharkiv national university of economics
 S. Matyushchenko,
 graduate student of the department of economics
 and avaluation of companies' property of S. Kuznets Kharkiv national university of economics

CROWDFUNDING — A MODERN FINANCING INSTRUMENT FOR DEVELOPMENT OF THE INTELLECTUAL CAPITAL

У вступній частині статті вказується на необхідність інтенсивної інноваційної діяльності підприємства як основного напрямку розвитку інтелектуального капіталу з метою підтримки своєї конкурентоспроможності. Перераховуються наявні в Україні джерела її фінансування та проблеми з їх використанням. Вказується на альтернативне джерело інвестицій - краудфандинг та його висвітлення у наукових працях.

В основному розділі роботи здійснено детальний огляд структурних елементів механізму роботи краудфандингу, проведено аналіз світового ринку краудфандингу та найбільших компаній цієї галузі. Розглянуто стан українського ринку краудфандингу та проблеми його функціонування.

Зроблено висновки, 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.

In the introductory part of the article points to the need for innovation intensive enterprises as the main direction of development of intellectual capital in order to maintain its competitiveness. Listed the available sources of funding and problems with their use in Ukraine. Points to an alternative source of investment — crowdfunding and its coverage in the scientific literature.

In the main part of the work made a detailed review of the structural elements of the mechanism of crowdfunding, analyzes the global market of crowdfunding and largest companies of this industry. Also it describes the ukrainian market of crowdfunding and problems of its functioning.

The conclusion is that in today's global economy crowdfunding has become quite an effective investment tool. It is simple and effective for both companies and for potential investors from among ordinary citizens. Most crowdfunding projects in developed countries finance innovative projects. The domestic market of crowdfunding is only at infancy and lags far behind foreign counterparts. The development of crowdfunding infrastructure in Ukraine is imperative for business of different sizes and implementation in production innovation.

Ключові слова: краудфандинг, інтелектуальний капітал, інновації, конкурентоспроможність, інвестиції.
Key words: crowdfunding, intellectual capital, innovation, competitiveness, investment.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Повноцінне фінансове забезпечення інноваційної діяльності є необхідною умовою розвитку інтелектуального капіталу підприємства.

Для вирішення цієї задачі підприємство може скористуватися власними коштами чи залучити їх зі сторони.

Сучасна нестабільна економічна ситуація в Україні не дозволяє більшості компаній виділяти власні кошти для цих потреб. Таким чином, підприємства мають вдаватися до залучення коштів від сторонніх осіб.

Найпоширенішими способами залучення інвестицій є продаж пайових фінансових інструментів, венчурне фінансування, внески співвласників, комерційні креди-

ти, продаж облігацій та інших боргових цінних паперів.

Слабка розвинутість вітчизняного фондового ринку не дозволяє повноцінно користуватися його можливостями й інструментами. Як наслідок, майже не можливо залучити кошти юридичних та, особливо, фізичних осіб.

Серйозною перешкодою також є те, що для більшої частини населення України процес інвестування коштів у певні інструменти фондового ринку є доволі незрозумілим, складним й не викликає довіри.

Комерційні кредити тягнуть за собою надто великі витрати на погашення відсотків за користування ними, що робить їх використання недоцільним. Треба зауважити й те, що банки неохоче дають кредити під новаторські проекти, бо вважають їх занадто ризикованими та ненадійними.

Венчурні фонди України внаслідок слабкої інфраструктури фондового ринку, нерозвинутої бази національного законодавства в цій сфері, слабкого кадрового забезпечення не виконують свої функції з фінансування інноваційних проектів [3, с. 24].

У структурі активів вітчизняних венчурних фондів переважають вкладення у нефондові інструменти та неінноваційні підприємства [1, с. 28]. В той час, коли, наприклад, у США та Західній Європі переважає венчурне фінансування інноваційних проектів [3, с. 25].

Держава та місцеві органи самоврядування також не дуже допомагають коштами активізації інноваційної діяльності. Лише 1,9% загального обсягу фінансування інноваційної діяльності в Україні здійснено з державного та місцевих бюджетів [12, с. 72].

Отже, за даної ситуації підприємству вельми не просто знайти кошти для інвестування в інновації. А потенційні інвестори, якими у більшості можуть бути пересічні громадяни, просто утримуються від інвестування через брак коштів, складність та ризиковість процесу інвестування.

АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ

Виходячи з вищевикладеного, можемо дійти висновку, що у подібній ситуації потрібен новий простий механізм взаємодії між виробничою компанією, яка потребує інвестицій та населенням. Подібний механізм було винайдено в розвинутих країнах. Він дістав назву "краудфандинг", що дослівно перекладається як публічне інвестування. Саме тому дослідження роботи механізму краудфандингу є вельми актуальним.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженнями краудфандингу займався ряд вчених, серед яких: Рогова А.В. [10], Огородник В.О. [5], Петрушенко Ю.М. та Дудкін О.В. [9], Васильчук І. П. [2], Макарович В. К. [4], Химич І. [11] та інші. Але їхні праці висвітлюють лише окремі питання роботи краудфандингу. Відсутні праці, які б мали узагальнюючий характер та показали б місце краудфандингових компаній у сучасній світовій та вітчизняній економіці.

МЕТА РОБОТИ

Метою дослідження є здійснення детального огляду структурних елементів механізму роботи краудфан-

дингу, проведення аналізу світового ринку краудфандингу та найбільших компаній цієї галузі; розгляд стану українського ринку краудфандингу та проблеми його функціонування.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Краудфандинг — це механізм залучення фінансування від широких мас з метою реалізації проекту. Проекти можуть бути культурні, соціальні, комерційні, політичні, екологічні, особисті. У своїй більшості, фінансування спирається на невеликі внески, здійснені великою масою людей. При цьому дуже активно використовується мережа Інтернет та відсутні стандартні фінансові посередники. Роль посередника відіграє краудфандингова компанія, яка здійснює усі необхідні організаційно-контрольні функції.

Краудфандинг доволі 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.

Тепер таких компаній вже десятки. За даними журналу "Forbes" [13] та європейського інтернет-ресурсу "Crowdsourcingweek" [7] до найбільш відомих та розвинутих краудфандингових платформ у світі можна віднести наступні (табл. 1).

Світовий ринок краудфандингу активно розвивається, особливо, починаючи з 2013 року. Якщо ще у 2012 році його об'єм становив 2.7 млрд долл. США, то вже в наступному році він виріс 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 [14].

За прогнозами Світового банку до 2025 року обсяг ринку краудфандингу у світі досягне 96 млрд долл. США [8]. Але загальна тенденція свідчить про те, що це станеться набагато раніше. Крім того, за даними Світового банку лише третина проектів, що фінансується за допомогою краудфандингу 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.

Розподіл об'ємів залучених через краудфандинг коштів у 2015 році по регіонах світу наведена у таблиці 2 [14].

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

Стисло механізм роботи краудфандингу можемо змалювати наступним чином (рис. 1).

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

Також оголошується винагорода, яку можуть отримати майбутні вкладники. Автор проекту разом з краудфандинговою компанією починає рекламу проекту через со-

ціальні 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 оговорує з краудфандинговою компанією за якої умови він отримує кошти. Існує шість видів варіантів таких умов:

1) "все або нічого" — кошти перераховуються на рахунок автора проекту лише при досягненні заявленої 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, зібрані 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) вкладник стає акціонером компанії, яка висувала проект для фінансування;

2) вкладник отримує частину прибутку компанії-автору проекту;

Таблиця 1. Перелік найрозвинутіших краудфандингових компаній світу у 2013—2014 роках

№	Компанія	Країна реєстрації	Сфера фінансування
1	2	3	4
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	Indiegogo	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	Boomerang	Данія	Культура і малий бізнес
25	Derev	Італія	Культура, соціальні проекти, інновації, спорт
26	Companisto	Німеччина	Підприємництво
27	Investor	Фінляндія	Підприємництво
28	Wemakeit.ch	Швейцарія	Культура, соціальні проекти

3) 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 світі цей відсоток коливається від 3% до 10%.

Краудфандинг є доволі вдалим та простим механізмом фінансування для 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

Таблиця 2. Обсяг ринку краудфандинга за регіонами світу у 2015 році

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

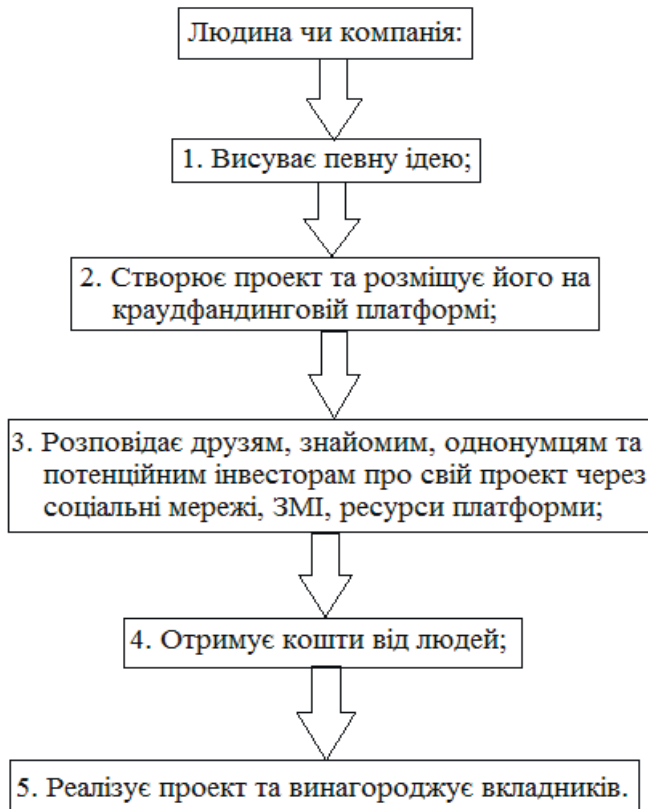


Рис. 1. Стилий механізм роботи краудфандінга

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 заінтересованості 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.

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

В Україні краудфандінг 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. [6]. Здебільшого на базі цієї платформи організовувалося фінансування соціальних, культурних та екологічних проєктів. Тільки нещодавно ця компанія почала організовувати 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 проєктів 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" проєктів — комерційні [6].

Загалом український ринок краудфандінгу розвинутий вельми слабо. Його ресурсів достатньо лише для задоволення дрібних потреб малого бізнесу та населення. Зібрати кошти на реалізацію амбіціозного високо-технологічного проєкту, стартапу з продуктом, який буде орієнтовано на західний чи азійський ринок на українських платформах практично неможливо. Таким проєктам 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 всесвітньо 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 проєкту 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 проєкту, звичайно, доцільно докласти зусиль для подолання зазначених труднощів, бо суми коштів, що збираються проєктами на зарубіжних платформах непорівнянні з тими, що можливо зібрати в Україні за наявної краудфандингової інфраструктури.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Таким чином, можемо дійти висновку, що у сучасній світовій економіці краудфандінг 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 проєктів у розвинутих країнах направлені на фінансування інноваційних проєктів. Вітчизняний ринок краудфандінгу 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. Подальші дослідження будуть направлені на адаптацію механізму роботи краудфандінга до вітчизняних умов.

Література:

1. Боднер Г.Д., Друзин Р.В. О развитии венчурных инвестиционных фондов в Украине / Г.Д. Боднер, Р.В. Друзин // Перспективы развития и пути совершенствования фондового рынка: тезисы докладов IV Всеукраинской конференции (Симферополь — Судак, 3—7 октября 2012 года), — Симферополь: ТНУ, 2012. — С. 26—28.

2. Васильчук І.П. Краудфандінг як феномен пост-індустріальної економіки / І.П. Васильчук // Ефективна економіка. — 2013. — № 11. — С. 20—25.

3. Замлинский В.А. Актуальные проблемы развития венчурного инвестирования в Украине / В.А. Замлинский, М.В. Дубина // Актуальные проблемы экономики и управления. — 2015. — № 1 (5). — С. 24—30 /

4. 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. / Финансово-экономический научный совет, 2015. — 73 с.

5. Огородник В.О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної / В.О. Огородник // Науковий вісник Ужгородського університету. — 2014. — № 3 (44). — С. 103—105.

6. Офіційний сайт інвестиційного порталу InVenture [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://investure.com.ua/news/ukraine/kraudfanding_v_ukraine_s_miru_po_dollaru

7. Офіційний сайт Crowdsourcingweek [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://crowdsourcingweek.com/blog/top-15-crowdfunding-platforms-in-europe/>

8. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://blogs.worldbank.org/psd/crowdfunding-development-recommendations-vs-reality>

9. Петрушенко Ю.М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю.М. Петрушенко, О.В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2014. — № 1. — С. 172—182.

10. Рогова А.В. Краудсорсинг как инструмент социально-экономического развития региона / А.В. Рогова // Современные проблемы науки и образования. — 2013. — № 5. — С. 31—36.

11. Химич І. Краудсорсинг — сучасна фінансово-маркетингова стратегія підприємства / І. Химич // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2014. — Вип. 1 (10). — С. 242—249.

12. Чуприна О.О. Джерела та обсяги інвестицій в інтелектуальний капітал підприємств України / О.О. Чуприна // Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". — 2014. — № 4 (19). — С. 69—78.

13. Barnett Ch. Top 10 Crowdfunding Sites For Fundraising/Forbs [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/08/top-10-crowdfunding-sites-for-fundraising/#5090f8a81cfb>

14. Massolution/Crowdsourcing.org 2015CF Crowdfunding Industry Report [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&product_id=54

References:

1. Bodner, G.D. and Druzin, R.V. (2012), "About the development of venture capital investment funds in Ukraine", Tezisy dokladov IV Vseukrainskoy konferentsii

Perspektivy razvitiya i puti sovershenstvovaniya fondovogo rynka [Materials of the IV All-Ukrainian scientific conference Prospects for development and ways to improve the stock market], Sudak, Ukraine, 3—7 october, pp. 26—28.

2. Vasil'chuk, I. P. (2013), "Crowdfunding as a phenomenon of the post-industrial economy", Efektivna ekonomika, vol. 11, pp. 20—25.

3. Zamlinskiy, V.A. and Dubina, M.V. (2015), "Actual problems of development of venture investment in Ukraine", Aktual'nye problemy ekonomiki i upravleniya, vol. 1 (5), pp. 24—30.

4. Makarovich, V. K. (2015), "Crowdfunding: the mechanism of attracting the necessary resources", Nauchnyy disput: voprosy ekonomiki i finansov: sbornik tezisev nauchnykh rabot II Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Scientific debate: Issues of economy and finance: a collection of abstracts of scientific papers of the II International scientific and practical conference], Kiev, Ukraine, 31 march, pp. 16—19.

5. Ogorodnik, V.O. (2014), "Crowdfunding as an innovative tool for modernization of national financial and Investors", Naukoviy visnik Uzhgorodsk'kogo universitetu [Scientific Bulletin of the Uzhgorod University], vol. 3 (44), pp. 103—105.

6. The official website for investment portal InVenture (2016), available at: https://investure.com.ua/news/ukraine/kraudfanding_v_ukraine_s_miru_po_dollaru (Accessed 20 Aug 2016).

7. The Official Site Crowdsourcingweek (2016), available at: <http://crowdsourcingweek.com/blog/top-15-crowdfunding-platforms-in-europe/> (Accessed 20 Aug 2016).

8. The official site of the World Bank (2016), available at: <http://blogs.worldbank.org/psd/crowdfunding-development-recommendations-vs-reality> (Accessed 20 Aug 2016).

9. Petrushenko, Yu.M. (2014), "Crowdfunding as an innovative tool for financing projects of social and economic development", Marketing i menedzhment innovatsiy, vol. 1, pp. 172—182.

10. Rogova, A.V. (2013), "Crowdsourcing as tool of socio-economic development of the region", Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya, vol. 5, pp. 31—36.

11. Khimich, I. (2014), Crowdsourcing — a modern financial enterprise marketing strategy, Sotsial'no-ekonomichni problemi i derzhava, vol. 1 (10), pp. 242—249.

12. Chuprina, O.O. (2014), "Sources and investments in intellectual capital of the enterprises of Ukraine", Visnik Natsional'nogo universitetu "Yuridichna akademiya Ukraini imeni Yaroslava Mudrogo", vol. 4 (19), pp. 69—78.

13. Barnett, Ch. (2013), "Top 10 Crowdfunding Sites For Fundraising. Forbs", available at: <http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/08/top-10-crowdfunding-sites-for-fundraising/#5090f8a81cfb> (Accessed 20 Aug 2016).

14. Crowdsourcing.org (2015), "2015CF Crowdfunding Industry Report", available at: http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&product_id=54 (Accessed 20 Aug 2016).

Стаття надійшла до редакції 11.09.2016 р.