

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 658.152

*Куц Л.Л.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємств і корпорацій
Тернопільський національний економічний університет*

КРАУДФАНДИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ СПОСІБ АКУМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

Постановка проблеми. З розвитком ІТ-технологій в інвестиційному середовищі відбуваються стрімкі зміни у сфері нових можливостей як для акумулювання необхідних інвестиційних ресурсів, так і для інвесторів щодо вкладень у перспективні сфери бізнесу. Це пов'язано зі стрімким розвитком такого явища як краудфандинг, який є особливо привабливим для стартапів, розвитку малого та середнього бізнесу, а також для реалізації різних соціальних проєктів, зокрема, які стосуються й місцевих громад. Поява краудфандингових платформ сприяє вирішенню їх проблем з формуванням інвестиційних ресурсів для фінансування хороших комерційних (бізнес-ідей) і некомерційних ідей, що сьогодні є особливо актуальним для вітчизняних розробників ідей/проєктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Панорама сучасних наукових досліджень краудфандингу представлена працями, в основному, зарубіжних науковців, зокрема таких, як П. Беллефлам, Т. Ламберт, І. Рамсі, Д. Лінн, Н. Саббагх, С. Бечтер, С. Йенцш, М. Фрей, Р. Вейт, Т. Поверс та ін. У їхніх роботах визначено основні положення краудфандингу, розглянуто його становлення та розвиток, тенденції поширення, різні форми і схеми колективного фінансування. Праці вітчизняних науковців лише з'являються. На увагу заслуговують дослідження М.Ю. Петрушенка, О.В. Дудкіна, О.С. Марченка, Л.А. Некрасової, М.В. Давиденка, Ю. Гернего, в яких зосереджено увагу на краудфандинзі як новому інструменті фінансування та кредитування. З.О. Тягунова, В.М. Бондаренко розпочали дослідження краудфандингу як інноваційної форми інвестування й аспектів, з цим пов'язаних.

Як нове явище для світової й, зокрема, вітчизняної економічної дійсності краудфандинг потребує подальших ґрунтовних досліджень, зокрема в аспекті дослідження спектру його інноваційних можливостей для акумулювання інвестиційних ресурсів при управлінні інвестиційним процесом.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження явища краудфандингу як інноваційного способу акумулювання інвестиційних ресурсів співвідносно до основних категорій, що характеризують інвестиційний процес.

Виклад основного матеріалу дослідження. У перекладі з англійської термін «crowdfunding», crowd – «натовп», funding – «фінансування», буквально можна перекласти як „фінансування натовпом” чи „народне фінансування”, „народний збір”. За сучасних тенденцій усі бажаючі „скидаються” хто скільки може на реалізацію проєкту, пересилаючи гроші через спеціальну краудфандингову платформу з використанням мережі Інтернет. Таким чином забезпечується фінансова допомога людям/організаціям, чії проєкти/ідеї/інновації надихають, оскільки приносять ефект (соціальний, комерційний тощо).

Щодо сучасного трактування “краудфандингу”, то різноманіття його визначень подають у своїх працях зарубіжні й вітчизні науковці. Як нове явище краудфандинг стрімко розвивається, тож розпочато процес його активного дослідження й осмислення. Найбільш широко спектр визначень наведено у праці З.О. Тягунової та В.М. Бондаренко [10, с. 25-26]. Розвідки у цій сфері зроблено й іншими вітчизняними науковцями [2; 7; 8].

Так, аналіз джерел виявив дуже різноманітні визначення цього терміну з огляду на аспект, який хочуть підкреслити автори. Можна спостерігати такі точки зору на суть цього поняття:

1) краудфандинг трактують як зусилля підприємців та їхніх груп щодо фінансування своїх проєктів ..., спираючись на порівняно невеликі внески від порівняно великої кількості осіб, що використовують Інтернет, без стандартних фінансових посередників (P. Belleflamme, T. Lambert, A. Schwiendbacher [15]).

Близьким до наведеного є трактування Ю.М. Петрушенка та О.В. Дудкіна, відповідно до якого у найбільш загальному вигляді краудфандинг можна визначити як колективну співпрацю людей, які добровільно об'єднують свої фінансові або інші ресурси разом (переважно за допомогою Інтернет-технологій), щоб підтримати зусилля інших людей або організацій [8];

2) як новий продукт соціальних медіа, що забезпечує фінансування для різних підприємств (D.M. Lynn [18, с.42]); чи який стає джерелом фінансування для підприємств (D.M. Lynn, H. Sabbagh [19, с. 7]. На нашу думку, краудфандинг є складнішим явищем, аніж просто джерело капіталу, оскільки його однозначно не можна віднести до суто джерел позикового капіталу чи ж власного капіталу (на практиці часто зустрічаються благодійні внески, які є джерелом власного капіталу, поряд з кредитами, які є джерелом позикового). Також завуженим є його розгляд суто для підприємств, адже свої ідеї можуть виставляти на платформі й фізичні особи;

3) як стратегію формування капіталу за рахунок внесків невеликої кількості коштів від великої кількості людей (K. Sigar [22, с. 480]. На нашу думку, стратегія формування капіталу є ширшим явищем, і може охоплювати різні способи залучення капіталу, й краудфандинг у тому числі;

4) як новий метод залучення коштів на основі Інтернет, де люди збирають кошти на спеціалізованих платформах (R.E. Wheat, Y. Wang, J.E. Byrnes, J. Ranganathan [23, с. 71]). Тут доречно зауважити, що кошти можуть збирати й організації;

5) як процес збору грошей, щоб допомогти перетворити перспективні ідеї в реальний бізнес (Y.A. Ramsey [21, с. 2]). Слід зазначити, що часто зустрічаються не лише бізнесові проекти, а й такі, що мають важливий для суспільства ефект;

6) як підхід до збільшення обсягу капіталу, необхідного для проекту або підприємства, апелюючи до великої кількості звичайних людей, на основі малих внесків (1\$-100\$) (C. Bechter, S. Jentzsch, M. Frey [14, с. 953]);

7) як технологію соціального фінансування через Інтернет; технологія залучення соціальних інвестицій, які здійснюють особи, котрі не є інституційними інвесторами ... і для яких внесення коштів у певні проекти (виробничі, інноваційні, культурні тощо) є заняттям тимчасовим і додатковим до основних видів їх економічної активності (O.C. Марченко [6, с. 28]);

8) як фінансовий механізм, який дозволяє залучати кошти через мережу Інтернет („ дозволяє компаніям-початківцям залучати кошти від населення через веб-сайт посередників”) (T.V. Povers [20, с. 3]).

Як механізм об'єднання і розподілу відносно невеликих фінансових вкладень від широкої аудиторії прихильників в обмін на акції або зобов'язання віддачі фінансових результатів та інші нефінансові вигоди, де прихильники люди або організації, які, як правило, через мережу Інтернет, спільно підтримують інших людей або організації [**Ошибки! Источник ссылки не найден.**]. На нашу думку, наведене визначення є найбільш всеохопним з точки зору врахування різних аспектів краудфандингу.

У близькому до зазначеного вище контексті трактує краудфандинг Ю. Гернего. На думку автора, він „передбачає поєднання зусиль краудфандинг – інвесторів та підприємців–реалізаторів проекту, які здійснюють процес залучення фінансових ресурсів за посередництвом мережі Інтернет” [2, с. 30];

9) як інноваційну форму інвестування (З.О. Тягунова, В. М. Бондаренко [10, с. 26]). Автори у своїй праці слушно зауважують іншу сторону функціонування краудфандингових платформ з точки зору наданих ними можливостей для інвестування. При цьому зазначимо, що наші попередні дослідження глибинної сутності інвестицій показали доречність вживання „форми” для означення їх природи (грошової, матеріально-речової, нематеріальної) [4]. Тому більш слушним вважаємо вислів „інноваційний спосіб інвестування”, в розрізі якого можуть бути різноманітні види (моделі) краудфандингу. Таку ж думку („ ... колективні способи фінансування проектів істотно розширюють перелік способів традиційного інвестування”) висловлюють й автори [8, с. 177].

З огляду на інвестиційний аспект краудфандингових платформ звернемо увагу на факт виділення економістами у своїх наукових дослідженнях інвестиційних процесів двох груп інвестиційних ринків: ринку інвестицій і ринку інвестиційних товарів, що „дає змогу виявити глибини процеси взаємовідносин, що виникають між суб'єктами інвестиційної діяльності” [12, с. 134]. На краудфандингових платформах це особливо добре видно.

Так, інвестиційні ресурси вкладаються в певні об'єкти інвестиційної сфери, які прийнято ще називати інвестиційними товарами. Об'єкти інвестиційних вкладень є специфічною формою товару, що купується (створюється) з метою одержання доходу (ефекту) у майбутньому. Ці товари представляються для продажу на ринки інвестиційних товарів. Інвестори на цих ринках є покупцями, носіями інвестиційного попиту.

Таким чином, на основі проведеного огляду трактувань суті краудфандингу в сучасних умовах, на нашу думку, доречно виокремити такі аспекти: 1) краудфандингова платформа є складним механізмом в соціально-економічному просторі, що забезпечує взаємодію попиту на інвестиційні ресурси (представленого об'єктами інвестицій: зазвичай інноваційні ідеї/проекти) і пропозиції інвестицій з використанням можливостей Інтернет; 2) з точки зору власника перспективної ідеї/проекту краудфандинг доречно вужче трактувати як інноваційний спосіб акумулювання інвестиційних ресурсів з використанням мережі Інтернет для можливості її/його реалізації. Все ж таки це первинне за сутністю призначення краудфандингу; 3) звісно, краудфандингові платформи за сучасних тенденцій розвитку все більше приваблюють інвесторів. Тому з точки зору власника інвестиційних цінностей (які

до моменту вкладення ще не стали інвестицією), краудфандингові платформи забезпечують інноваційні можливості інвестування, і краудфандинг можна розглядати як інноваційний спосіб інвестування (для виокремлення саме цього його аспекту використовують ще термін „краудінвестинг”, звужуючи його суто до випадку наявності фінансового ефекту для вкладника. Проте, наявність довгострокового нефінансового ефекту, наприклад, соціального, екологічного тощо також сьогодні вважають вагомим ефектом інвестицій).

Різні види краудфандингу за пропонованим ефектом для вкладників з метою залучення інвестиційних ресурсів і видами пропонованих внесків та взаємозв'язок між ними представлено на рис. 1. Так, пропонований ефект може бути нефінансовий, змішаний, фінансовий. Щодо нефінансової винагороди, то автори проектів її можуть виражати у вигляді першого взірця виробленого продукту, записаного альбому, запрошення на концерт, автографа, згадки в титрах тощо, що визначається креативністю уяви авторів. Модель попереднього замовлення також виділяють як окремий випадок нефінансової винагороди (винагородою вважають сам продукт, наприклад: новий гаджет, програмне забезпечення, книгу, фільм, музичний альбом тощо, який обіцяють доставити відразу після виробництва). Тут слід зауважити, що за випадку попереднього продажу за пільговою ціною отриманий ефект окрім нефінансової складової матиме ще й фінансову (у цінній знижці) з елементами кредитування, що ми й відобразили на рис. 1, як вид краудфандингу зі змішаним ефектом.

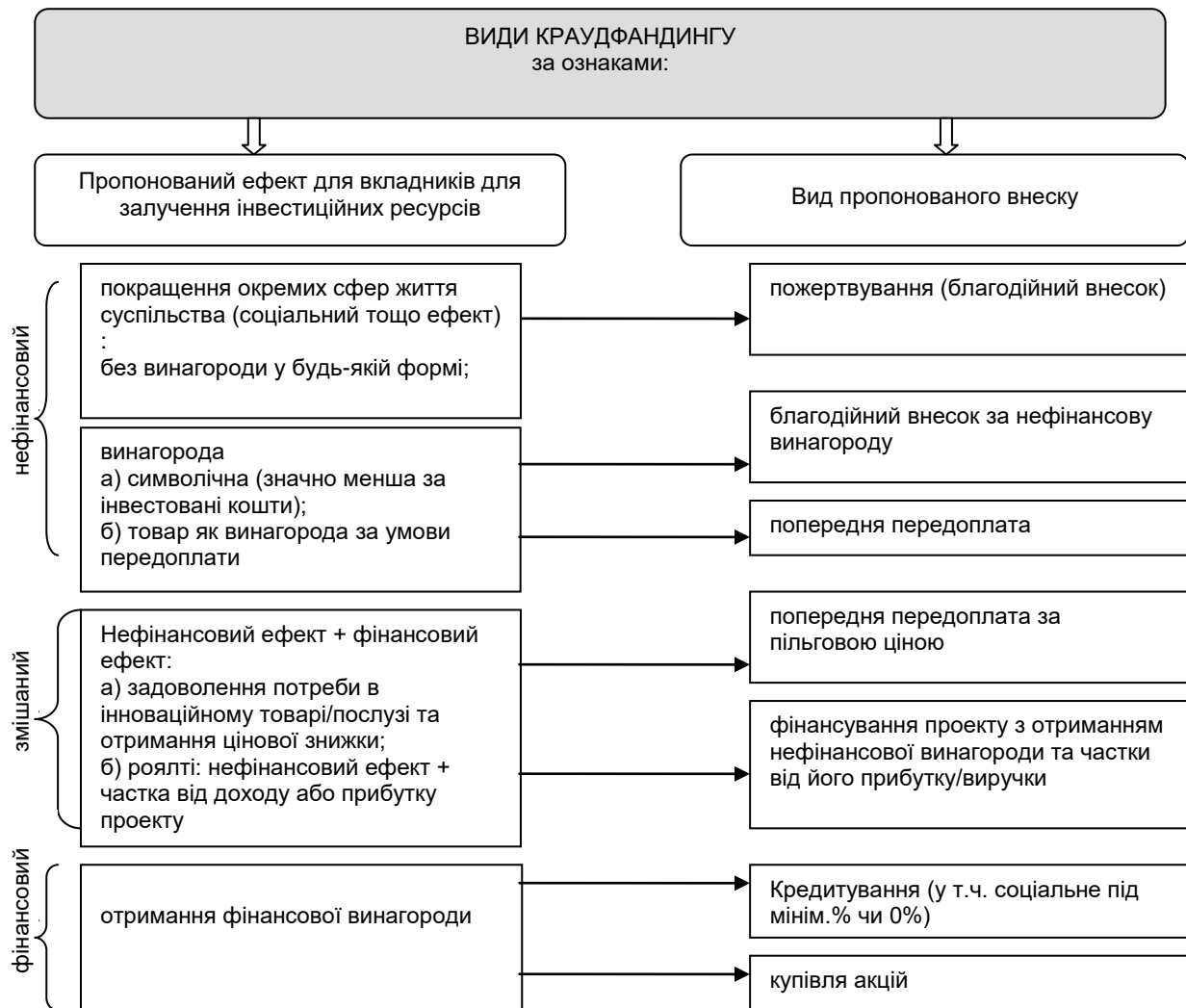


Рис. 1. Класифікація краудфандингу за пропонованим ефектом для вкладників з метою залучення інвестиційних ресурсів та видами пропонованих внесків

Джерело: розроблено автором на основі джерел [2; 8; 16]

Стрімке зростання сектору краудфандингу в світі (див. рис. 2) свідчить про його великий потенціал і перспективність.

Світовий сектор краудфандингу, як бачимо з рис. 2, демонструє пришвидшені темпи зростання в 2014 р. (на 167%) і досяг \$16,2 млрд порівняно з \$6,1 млрд у 2013 р. У 2015 р. за попередніми оцінками цей сектор ще подвоївся.

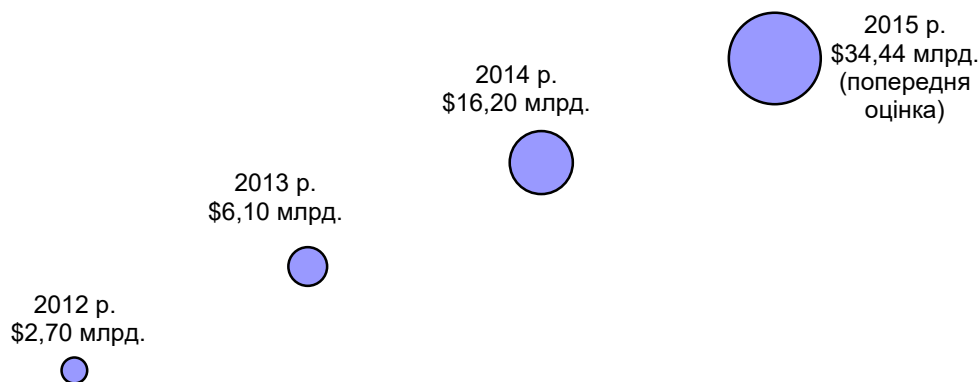


Рис. 2. Динаміка загальної суми залучених через краудфандинг коштів у світі у 2012-2015 рр.

Джерело: [16]

Найпопулярнішими категоріями краудфандингу в світі у 2014 р. стали „бізнес і підприємництво” (\$6,7 млрд, або 41,3 %); соціальні проекти (\$3,06 млрд або 18,9 %), фільми й акторське мистецтво (\$1,97 млрд, або 12,2 %) [13].

З 2014 р. за обсягом краудфандингу Азія (\$3,4 млрд) випередила Європу (\$3,26 млрд) і стала другим за величиною регіоном після Північної Америки (\$9,46 млрд), яка продовжує зберігати лідерство [13].

Попередні оцінки експертів щодо динаміки ринку краудфандингу в 2015 р. за сумою залучених коштів такі: Північна Америка – \$17,25 млрд (приріст 82 %), Азія – \$10,54 млрд (210 %), Європа – \$6,48 (98,6 %) [16]. Структуру краудфандингу у 2015 р. за видами представлено на рис. 3.

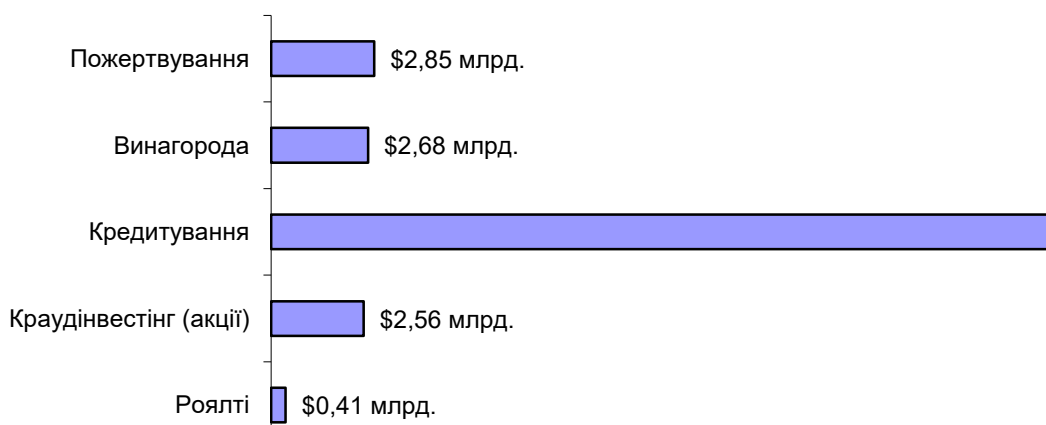


Рис. 3. Види (моделі) краудфандингу в 2015 р. (за попередньою оцінкою)

Джерело: [16]

Загалом, наведені вище теоретичні обґрунтування та світовий досвід підтверджують, що на сьогодні краудфандинг займає достатньо помітну позицію серед інноваційних способів акумулювання так необхідних для реалізації проектів і розвитку бізнесу інвестиційних ресурсів. Потенціал для краудфандингу в Україні високий, оскільки у 2015 році кількість Інтернет-користувачів в Україні становила понад 58 % населення [11], а в березні 2016 р. проникнення Інтернету в Україні перевищило 60 %, активно користуються принаймні однією соціальною мережею 90 % Інтернет-користувачів [1].

У табл. 1 наведено окремі вітчизняні проекти, які на краудфандингових платформах світового чи вітчизняного масштабу зібрали необхідний обсяг інвестиційних ресурсів для своєї реалізації й подальшого розвитку.

Щодо української краудфандингової платформи «Спільнокошту» на сайті „Велика Ідея” (стартувала в жовтні 2012 р.), то першими проектами на ній були медійні та освітні ініціативи. Зараз на

платформі розвивається сектор колективного фінансування інновацій в сфері ІТ, відновлюваної енергетики та відповідального підприємництва. Інші вітчизняні платформи: Na-Starte (з лютого 2013 р.); «X-Ideas» від «Nescafe».

Таблиця 1

Окремі вітчизняні проекти, успішно реалізовані на краудфандингових платформах

Проект	Краудфандингова платформа для акумуляції коштів	Фактично зібрана сума
Hromadske.tv	„Спільнокошт” на сайті „Велика Ідея” (Україна)	1 млн грн
проект майстерні з переробки пластику в різні корисні речі Zelenew	„Спільнокошт”	84 000 грн
проект альтернативної освіти для дітей « Про.СВП »	„Спільнокошт”	44 000 грн
проект цифрової майстерні Izolab	„Спільнокошт”	106 000 грн
гаджет для дистанційного спостереження за домашніми тваринами Petcube	Kickstarter	\$251 тис.
універсальний годинник Lametric	Kickstarter	\$258 тис.
Udears (стартап створює дерев'яні 3-D пазли)	Kickstarter	\$406 805
спалах для смартфонів, iBlazr	Kickstarter	\$56 тис.
iBlazr 2 (стартап Concepter фінансував новинку – запуск 2-го покоління спалаху для смартфонів)	Kickstarter	\$253 578
Robo (дитячий робот, який поєднує гру з навчанням програмуванню), У 2014р. команда переїхала в китайський hardware-акселератор HAXLR8R. На Kickstarter проект у 2015 р.	Kickstarter	\$246 613
Ecoisme (система домашнього енергоменеджменту)	Indiegogo	\$67 732
FORCE – браслет, що розпізнає погане самопочуття власника. В команду стартапу входять студенти різних вузів	Kickstarter	\$30 314
Branto (гаджет дозволяє через смартфон слідувати за всім, що відбувається вдома і може стати «домашнім сторожем», розробники з Дніпра М. Метц і М. Богун	Indiegogo	\$90 000

Джерело: систематизовано автором на основі джерел [3; 5; 9]

Отже, як показують дані табл. 1, для амбітних вітчизняних технічних стартапів, орієнтованих на створення продукту для західного та азійського ринків, цілком під силу бути успішними на світових краудфандингових платформах. Для малого бізнесу, орієнтованого на місцевих споживачів, можна отримати підтримку українського краудфандингу.

Слушним є й твердження, що “не лише індивідуальні підприємці, а й цілі територіальні спільноти мають можливість шляхом спільнокошту об'єднати зусилля для вирішення питань свого розвитку. На сьогодні місцеві громади роблять перші кроки у використанні мережевих технологій і краудфандингу для фінансування проектів соціально-економічного розвитку” [8].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, з розвитком ІТ-технологій все більше заявляють про себе нові тенденції в інвестиційному середовищі, пов'язані з таким явищами, як краудфандинг та краудфандингові платформи. Сектор краудфандингу в соціально-економічному просторі стрімко зростає з року в рік. Необхідність впровадження інноваційних способів формування інвестиційних ресурсів в українських реаліях набуває особливої актуальності, оскільки є певні труднощі з традиційними способами фінансування інвестицій для забезпечення потреб розвитку. Сектор краудфандингу має вагомий потенціал фінансування, особливо для малих і середніх підприємств.

Важливо створення вітчизняної теоретико-методологічної бази краудфандингу, підвищення обізнаності суб'єктів інноваційно-інвестиційної діяльності та суспільства загалом щодо його можливостей. Подальших досліджень потребують питання адаптації світового досвіду краудфандингу до реалій вітчизняної економіки як в аспекті подальшого розвитку сектору краудфандингу в Україні, так і формування інвестиційного процесу суб'єктів господарювання.

Бібліографічний список

1. Базиленко А. 90% українських користувачів Інтернету активно користуються принаймні однією соціальною мережею [Електронний ресурс] / А. Базиленко. – Режим доступу:

- <http://watcher.com.ua/2016/06/10/90-ukrayinskyh-korystuvachiv-internetu-aktyvno-korystuyutsya-prynaymni-odniyeyu-sotsialnoyu-merezheyu/>
2. Гернего Ю. Краудфандинг як інструмент інноваційного розвитку економіки [Електронний ресурс] / Ю. Гернего // Антикризове управління економікою України: нові виклики: Матеріали III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції: К. : КНЕУ, 2015. – С. 29-34. – Режим доступу: http://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/kmdu%20fetau/2015/Conf_KNEU_15-17_12_2015.pdf
 3. Краудфандинг в Україні: с миру по доллару [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://inventure.com.ua/news/ukraine/kraudfanding_v_ukraine_s_miru_po_dollaru#sthash.QmCmLVRx.dpuf
 4. Куц Л.Л. До питання про основні категорії інвестиційного процесу / Л.Л. Куц // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету ім. В.Гнатюка: Серія: економіка. – 2002. – № 12. – С. 191–196.
 5. Липенцева Ю. Итоги 2015: успехи украинского краудфандинга [Электронный ресурс] / Ю. Липенцева. – Режим доступа: <http://ain.ua/2016/01/06/623175>
 6. Марченко О.С. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види / О.С. Марченко // Вісник Національного університету „Юридична академія України імені Ярослава Мудрого”. – 2013. – № 4(15). – С. 26–35.
 7. Некрасова Л.А. Впровадження краудфандингу для стимулювання інноваційної діяльності підприємств України в ІТ-сфері / Л.А. Некрасова, М.В. Давиденко // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2014. – Т. 19. – С. 76-81.
 8. Петрушенко Ю.М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку [Електронний ресурс] / Ю.М. Петрушенко, О.В. Дудкін. – Режим доступу: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/34343/1/Petrushenko_finansuvannia.pdf
 9. Пішковцій С. Краудфандинг: як зібрати кошти на реалізацію своєї ідеї [Електронний ресурс] / С. Пішковцій. – Режим доступу: <http://inspired.com.ua/ideas/crowdfunding/>
 10. Тягунова З.О. Краудфандинг: світовий досвід та практика / З.О. Тягунова, В.М. Бондаренко // Інноваційна економіка. – 2015. – № 3 (58). – С. 25-32.
 11. У 2015 році кількість інтернет-користувачів в Україні становила понад 58% населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/society/1254409-u-2015-rotsi-kilkist-internet-korystuvachiv-v-ukrajini-stanovilo-ponad-58.html>
 12. Черваньов Д.М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д.М. Черваньов, Л.І. Нейкова. – К. : Т-во “Знання”, КОО, 1999. – 514 с.
 13. 2015CF – Crowdfunding Industry Report [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.crowdsourcing.org/editorial/global-crowdfunding-market-to-reach-344b-in-2015-predicts-massolutions-2015cf-industry-report/45376>
 14. Bechter C. From wisdom of the crowd to crowdfunding / C. Bechter, S. Jentzsch, M. Frey // Journal of Communication and Computer. – 2011. – no. 8. – p. 951-957.
 15. Belleflamme P. Crowdfunding: Tapping the right crowd [Electronic resource] / P. Belleflamme, T. Lambert, A. Schwienbacher // Journal of Business Venturing. – 2014. – Access mode: http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2292363_code301672.pdf.
 16. Crowdfunding Industry Statistics 2015 2016 [Electronic resource]. – Access mode: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>
 17. European Crowdfunding Network Electronic resource]. – Access mode: www.europecrowdfunding.com
 18. Lynn D.M. The crowdfunding provisions of the JOBS Act. / D.M. Lynn // Financial Executive. – 2012. – P. 42-43.
 19. Lynn D.M. The JOBS Act opens door for crowdfunding offerings / D.M. Lynn, H. Sabbagh // Morrison & Forrester Social Media Newsletter. – 2012. – no. 2 (3). – P. 6-8.
 20. Powers T.V. SEC regulation of crowdfunding intermediaries under Title III of the JOBS Act. / T.V. Powers // Banking & Financial Services Policy Report. – 2012. – no. 10 (31). – P. 1-7.
 21. Ramsey Y.A. What the heck is crowdfunding? / Y.A. Ramsey // Business people. – 2012. – P. 54-57.
 22. Sigar K. Fret no more: inapplicability of crowdfunding concerns in the internet age and the JOBS Act's safeguards / K. Sigar // Administrative Law Review. – 2012. – no. 2 (64). – P. 474-505.
 23. Wheat R.E. Raising money for scientific research through crowdfunding / R.E. Wheat, Y. Wang, J.E. Byrnes, J. Ranganathan // Trends in Ecology and Evolution. – 2012. – no. 2 (28). – P. 71-72.

References

1. Bazylenko, A. (2016), “90% of Ukrainian Internet users actively use at least one social network”, available at: <http://watcher.com.ua/2016/06/10/90-ukrayinskyh-korystuvachiv-internetu-aktyvno-korystuyutsya-prynaymni-odniyeyu-sotsialnoyu-merezheyu/> (access date May 06, 2016).

2. Hernego, I. (2015), "Crowdfunding as an instrument of innovative development of economy", *Antykryzove upravlinnia ekonomikoju Ukrainy: novi vyklyky: Materialy III Mizhnarodnoi naukovo–praktychnoi Internet–konferentsii* [Anti-crisis management of ukrainian economy: new challenges, III International Scientific and Practical Internet Conference], (15–17th December 2015), pp. 29-34, available at: http://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/kmdu%20fetau/2015/Conf_KNEU_15-17_12_2015.pdf (access date May 05, 2016).
3. "Crowdfunding in Ukraine: on the dollar from the world", available at: https://inventure.com.ua/news/ukraine/kraudfanding_v_ukraine_s_miru_po_dollaru#sthash.QmCmLVRx.dpuf (access date May 05, 2016).
4. Kuts, L.L. (2002), "To a question about the basic categories of the investment process", *Naukovi zapysky Ternopil'skoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu im. V.Hnatiuka: Serii: ekonomika*, no. 12, pp. 191–196.
5. Lipentseva, Yu. (2016), "Results of 2015: Ukrainian crowdfunding successes", available at: <http://ain.ua/2016/01/06/623175> (access date May 10, 2016).
6. Marchenko, O.S. (2013). "Crowdfunding: socio-economic content and types", *Visnyk Natsionalnoho universytetu „Iurydychna akademiia Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho*", no. 4 (15), pp. 26-35.
7. Niekrasova, L.A. and Davydenko, M.V. (2014), "Adopting crowdfunding to stimulate the Ukrainian IT industry", *Visnyk ONU imeni I.I. Mechnykova*, Vol. 19, pp. 76-81.
8. Petrushenko, Yu.M. and Dudkin, O.V. (2014), "Crowdfunding as an innovative tool for financing projects of social and economic development", available at: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/34343/1/Petrushenko_finansuvannia.pdf (access date May 10, 2016).
9. Pishkovtsii, S. "Crowdfunding: how to raise funds for the implementation of own ideas", available at: <http://inspired.com.ua/ideas/crowdfunding/> (access date May 06, 2016).
10. Tiahunova, Z.O. and Bondarenko, V.M. (2015). "Crowdfunding: world experience and practice", *Innovatsiina ekonomika*, no. 3 (58), pp. 25-32.
11. "In 2015 quantity of Internet Users in Ukraine amounted more than 58% of the population", available at: <http://www.unian.ua/society/1254409-u-2015-rotsi-kilkist-internet-koristuvachiv-v-ukrajini-stanovilo-ponad-58.html> (access date May 06, 2016).
12. Chervanov, D.M. and Neikova, L.I. (1999), *Menedzhment innovatsiino-investytsiinoho rozvytku pidpriemstv Ukrainy* [Management of innovations and investment development of Ukrainian enterprises], T-vo "Znannia", KOO, Kyiv, Ukraine, 514 p.
13. "2015CF – Crowdfunding Industry Report", (2015), available at: <http://www.crowdsourcing.org/editorial/global-crowdfunding-market-to-reach-344b-in-2015-predicts-massolutions-2015cf-industry-report/45376> (access date May 05, 2016).
14. Bechter, C., Jentzsch, S. and Frey, M. (2011), "From wisdom of the crowd to crowdfunding", *Journal of Communication and Computer*, no. 8, pp. 951-957.
15. Belleflamme, P. Lambert, T. Schwienbacher, A. (2014), "Crowdfunding: Tapping the right crowd", *Journal of Business Venturing*, available at: http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2292363_code301672.pdf. (access date May 06, 2016).
16. "Crowdfunding Industry Statistics 2015 2016", available at: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> (access date May 05, 2016).
17. European Crowdfunding Network (2012-2013), available at: www.europecrowdfunding.com (access date June 30, 2015).
18. Lynn, D.M. (2012), "The crowdfunding provisions of the JOBS Act.", *Financial Executive*, May, pp. 42-43.
19. Lynn, D.M. and Sabbagh, H. (2012), "The JOBS Act opens door for crowdfunding offerings", *Morrison & Forrester Social Media Newsletter*, no. 2 (3), pp. 6-8.
20. Powers, T.V. (2012), "SEC regulation of crowdfunding intermediaries under Title III of the JOBS Act", *Banking & Financial Services Policy Report*, no. 10 (31), pp.1-7. Proposed rules on crowdfunding (2014), available at: <http://sec.gov/rules/proposed/2013/33-9470.pdf> (access date May 05, 2016).
21. Ramsey, Y.A. (2012), "What the heck is crowdfunding?", *Business people*, pp. 54-57.
22. Sigar, K. (2012), "Fret no more: inapplicability of crowdfunding concerns in the internet age and the JOBS Act's safeguards", *Administrative Law Review*, no. 2 (64), pp. 474-505.
23. Wheat, R.E., Wang, Y., Byrnes, J.E. and Ranganathan, J. (2012), "Raising money for scientific research through crowdfunding", *Trends in Ecology and Evolution*, no. 2 (28), pp. 71-72.

Куц Л.Л. КРАУДФАНДИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ СПОСІБ АКУМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

Мета. Метою статті є дослідження явища краудфандингу як інноваційного способу акумулювання інвестиційних ресурсів співвідносно до основних категорій, що характеризують інвестиційний процес.

Методика дослідження. У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: аналізу та синтезу, теоретичного узагальнення, абстрактно-логічний – при дослідженні сутності явища

краудфандингу; структурно-логічний – при обґрунтуванні видів краудфандингу; економіко-статистичні методи, структурний аналіз, графічний аналіз – при дослідженні динаміки сектору краудфандингу та його структури за різними параметрами.

Результати. Обґрунтовано сутність краудфандингу та краудфандингової платформи в контексті їх ролі в інвестиційному процесі, сформовано авторський підхід, що дав змогу трактувати краудфандингову платформу як складний механізм у соціально-економічному просторі, що забезпечує взаємодію попиту на інвестиційні ресурси і пропозиції інвестицій з використанням можливостей Інтернет. Визначено основні види краудфандингу за пропонованим ефектом для вкладників з метою залучення інвестиційних ресурсів та видами пропонованих внесків. Обґрунтовано перспективність впровадження краудфандингу як інноваційного способу формування інвестиційних ресурсів в українських реаліях.

Наукова новизна. Представлено власну дефініцію „краудфандингова платформа”, „краудфандинг” співвідносно з їх роллю в інвестиційному процесі й розвитку, удосконалено класифікацію краудфандингу.

Практична значущість. Отримані результати дослідження направлені на вирішення проблеми формування інвестиційних ресурсів для вирішення питань реалізації проектів і розвитку. Вони можуть бути використані в управлінні інвестиційним процесом на різних рівнях.

Ключові слова: краудфандинг, краудфандингова платформа, інновації, інвестиційні ресурси, інвестиційний процес, управління інвестиційним процесом.

Kutz L.L. CROWDFUNDING AS AN INNOVATIVE WAY TO ACCUMULATE INVESTMENT RESOURCES

Purpose. The aim of the article is to study the phenomenon of crowdfunding as an innovative way to accumulate investment resources comparable to the major categories that characterize the investment process.

Methodology of research. General scientific and special methods were used during the study, including: analysis and synthesis, theoretical generalization, abstract and logical – in the study of the essence of the phenomenon of crowdfunding; structural and logical – with substantiation of types of crowdfunding; economic and statistical methods, structural analysis, graphical analysis – in the study of the dynamics of crowdfunding sector and its structure by various parameters.

Findings. The essence crowdfunding and crowdfunding platform in the context of their role in the investment process has been substantiated, the author approach has been formed. This approach made it possible to treat crowdfunding platform as a complex mechanism into the social and economic environment that provides interaction of demand for investment resources and investment proposals with the use of the Internet.

The main kinds of crowdfunding by the proposed effect for investors to attract investment resources and types of proposed contributions have been determined. Promising implementation of crowdfunding as an innovative way for formation of investment resources in the Ukrainian realities has been substantiated.

Originality. Its own definition “crowdfunding platform”, “crowdfunding” comparable with their role in the investment process and development is presented, classification of crowd funding is improved.

Practical value. The obtained results of research are aimed at solving formation of investment resources to address issues for realization of projects and development. They can be used in the management of the investment process at different levels.

Key words: crowdfunding, crowdfunding platform, innovations, investment resources, investment process, manage the process.

Куц Л.Л. КРАУДФАНДИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ СПОСОБ АККУМУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

Цель. Целью статьи является исследование явления краудфандинга как инновационного способа аккумуляции инвестиционных ресурсов относительно к основным категориям, характеризующим инвестиционный процесс.

Методика исследования. В исследовании использованы общенаучные и специальные методы, в частности: анализа и синтеза, теоретического обобщения, абстрактно-логический – при исследовании сущности явления краудфандинг; структурно-логический – при обосновании видов краудфандинга; экономико-статистические методы, структурный анализ, графический анализ – при исследовании динамики сектора краудфандинга и его структуры по различным параметрам.

Результаты. Обосновано сущность краудфандинга и краудфандинговой платформы в контексте их роли в инвестиционном процессе, сформирован авторский подход, позволивший рассматривать краудфандинговую платформу как сложный механизм в социально-экономическом пространстве, обеспечивающий взаимодействие спроса на инвестиционные ресурсы и предложения инвестиций с использованием возможностей Интернет. Определены основные виды краудфандинга по предлагаемому эффекту для вкладчиков с целью привлечения инвестиционных ресурсов и видами предлагаемых вкладов. Обоснованно перспективность внедрения краудфандинга как инновационного способа формирования инвестиционных ресурсов в украинских реалиях.

Научная новизна. Представлены собственные дефиниции “краудфандинговой платформы”, “краудфандинга” сообразно их роли в инвестиционном процессе и развитии, усовершенствована классификация краудфандинга.

Практическая значимость. Полученные результаты исследования направлены на решение проблемы формирования инвестиционных ресурсов для решения вопросов реализаций проектов и развития. Они могут быть использованы в управлении инвестиционным процессом на разных уровнях.

Ключевые слова: краудфандинг, краудфандинговая платформа, инновации, инвестиционные ресурсы, инвестиционный процесс, управление инвестиционным процессом.