

# ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 658.152

JEL Classification: G23; O39

*Куц Л.Л.,  
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри  
економіки підприємств і корпорацій,  
Тернопільський національний економічний університет*

## ПРОЦЕС КРАУДФАНДИНГУ ЯК ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТІВ

**Постановка проблеми.** На фоні світових тенденцій краудфандинг в Україні розвивається доволі стрімко, як феномен і явище привертаючи увагу й наукової спільноти. Бурхливий розвиток ІТ-технологій відіграє в його становленні неабияку роль, відкриваючи нові можливості для акумулювання необхідних фінансових ресурсів для реалізації як різних соціальних проектів, які, зокрема, стосуються й розвитку місцевих громад, так і для бізнес-проектів різних рівнів за масштабами витрат. Краудфандингові платформи сприяють стрімким змінам у сфері інноваційних можливостей для акумулювання необхідних фінансових ресурсів, також і для інвесторів щодо вкладень у перспективні сфери бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Наукові дослідження краудфандингу проводили зарубіжні й вітчизняні науковці. Так, аспекти становлення та розвитку краудфандингу, тенденції його поширення, різні форми і схеми колективного фінансування висвітлювали П. Беллефлам, Т. Ламберт, Д. Лінн, Т. Поверс, А. Швієнбахер та ін. [8; 12; 13; 14]. Зосередили увагу на краудфандинзі як новому інструменті фінансування та кредитування О. Васильєв, Н.Ястремська, Л. Некрасова та ін. [1; 3; 6], а на можливостях його застосування в інвестиційній діяльності підприємств – Г. Отливанська [4].

Як нове явище у світовій і вітчизняній економічній дійсності, яке стрімко розвивається, краудфандинг потребує подальших всебічних ґрунтовних досліджень, зокрема як процесу у розрізі етапів, стадій та змісту робіт, виявлення його можливостей для суб'єктів інноваційно-інвестиційної діяльності.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження теоретичних аспектів явища краудфандингу як інновації у сфері фінансування проектів, окреслення спектру цілей і завдань, які допомагає вирішити краудфандинг для різних груп його учасників, систематизація переваг і недоліків краудфандингу, дослідження процесу краудфандингу в розрізі етапів, стадій і змісту робіт для ініціатора проекту.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** «Crowdfunding» у перекладі з англійської (crowd — «натовп», funding — «фінансування») буквально можна перекласти як «фінансування натовпом» («народне фінансування»), що у сучасній практиці застосування полягає в отриманні невеликих сум грошей на розвиток проекту від різних інвесторів шляхом використання спеціалізованої інтернет-платформи. Це дозволяє швидко отримати інвестиції для підтримки проекту і профінансувати його на ранніх етапах розвитку.

Краудфандинг є інновацією у сфері фінансування бізнесу, виступає альтернативною можливістю залучення коштів, дозволяючи підприємцю отримати фінансування без допомоги банків, біржі чи венчурних фондів. Його особливими характеристиками, порівняно з традиційними способами залучення капіталу, є першочергова роль інтернет-ресурсу та кількість вкладників. Популярність його в світі зростає, про що свідчать стрімкі темпи росту як числа краудфандингових платформ, так і сум залучених через краудфандинг коштів та кількості успішно реалізованих проектів. Зростання світового сектору краудфандингу свідчить про його великий потенціал і перспективність. Активно він почав розвиватися з 2009 р., коли у світі стали з'являтися перші професійні площадки. За 5 років (у 2014 р.) було вже 1250 інтернет-платформ різної спрямованості, через які залучено \$ 16,2 млрд. У 2015 р. сума залучених через краудфандинг коштів ще подвоїлася, перевищивши 34 млрд дол. [7]. За даними Світового банку до 2025 р. залучення через краудфандинг коштів досягне 96 мільярдів доларів [5].

Серед категорій краудфандингу «Бізнес і підприємництво» стало лідером, зайнявши у 2014 р. 41,3 % (\$6,7 млрд.) проти 16,9 % у 2012 р., далі йдуть соціальні проекти (\$3,06 млрд. або 18,9 %), фільми й акторське мистецтво (\$1,97 млрд. або 12,2 %) [7]. Таким чином, вихід на лідируючі позиції «бізнесу і підприємництва» засвідчує зростання активності використання краудфандингу бізнес-

структурами для фінансування своїх проектів. Популярними й найрозвинутішими у світі платформами, які підтримують категорії „інновації”/ „підприємництво”/ „малий бізнес”/ „інноваційний бізнес”, є такі, як Kickstarter (США), Crowdfunder (США), Quirky (США), Peerbeckers (США), OurGrowd (Ізраїль), Ulule (Франція), Growdcube (СН), Comranisto (Німеччина) й ін. [1]. Вітчизняні краудфандингові платформи почали з'являтися з 2012 р. („Спільнокошт”, пізніше Na-Starte, X-Ideas, Українська біржа благодійності, GoFundEd). На платформі «Спільнокошт» зараз розвивається сектор колективного фінансування інновацій в сфері ІТ, відновлюваної енергетики та відповідального підприємництва. Na-Starte проводить фінансування проектів у сфері новітніх технологій, комп'ютерних ігор, культури, спорту. Українська біржа благодійності розміщує виключно соціальні, благодійні проекти.

Сучасна модель краудфандингу зазвичай базується на трьох типах суб'єктів: 1) ініціатор проекту, який пропонує ідею чи проект; 2) окремі індивіди чи групи, які підтримують ідею/проект та готові її фінансувати; 3) „платформа”, що об'єднує сторони разом для запуску проекту.

У нашому попередньому дослідженні [2] було виявлено різноманітність визначень краудфандингу, тож у межах цієї статті поглибленого огляду давати не будемо, лиш вважаємо за доречно ще раз виокремити такі виділені нами 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 (це первинне за сутністю призначення краудфандингу); 3) краудфандингові платформи за сучасних тенденцій розвитку все більше приваблюють інвесторів, забезпечують інноваційні можливості інвестування, і краудфандинг можна розглядати як інноваційний спосіб інвестування („краудінвестинг”) [2, с. 182-183].

Різні види (моделі) краудфандингу можна виділити за пропонованим ефектом для вкладників (нефінансовим, змішаним, фінансовим) залежно від виду винагороди, за вкладом, про що детально описано в [2]. Основними з них є такі:

- благодійність – фінансування на основі безоплатних пожертв (найчастіше для реалізації соціально значимих проектів (лікування (реабілітація) людей; ліквідація наслідків стихійного лиха тощо). Інвестори нічого не очікують навзаєм, окрім морального задоволення;

- кредитування (краудлендінг і P2P кредитування), за якого засновники проекту зобов'язуються повернути кредитні кошти інвестору з відсотками; Крауд-кредитування займає найбільшу частку ринку краудфандингу.

- фінансова допомога в обмін на продукцію компанії (гроші в обмін на винагороду). Часто це модель попереднього замовлення якоїсь продукції;

- краудінвестинг – отримання інвесторами частки в компанії.

Окрім зазначених виділяють ще модель роялті (передбачає майбутній розподіл доходів чи прибутку від реалізації проекту між інвесторами і його засновниками) та змішані (гібридні) моделі краудфандингу. У структурі світового краудфандингу вони не набрали ще достатньої питомої ваги, про що свідчать дані [9].

Характерною рисою-умовою краудфандингу є його відкритість. Ініціатор проекту має озвучити суму, яку потрібно зібрати (рекомендовано з врахуванням в неї й витрат на обіцяні винагороди та їх доставку тощо). Обсяг зібраних коштів на конкретний період часу повинен бути відкритим для всіх.

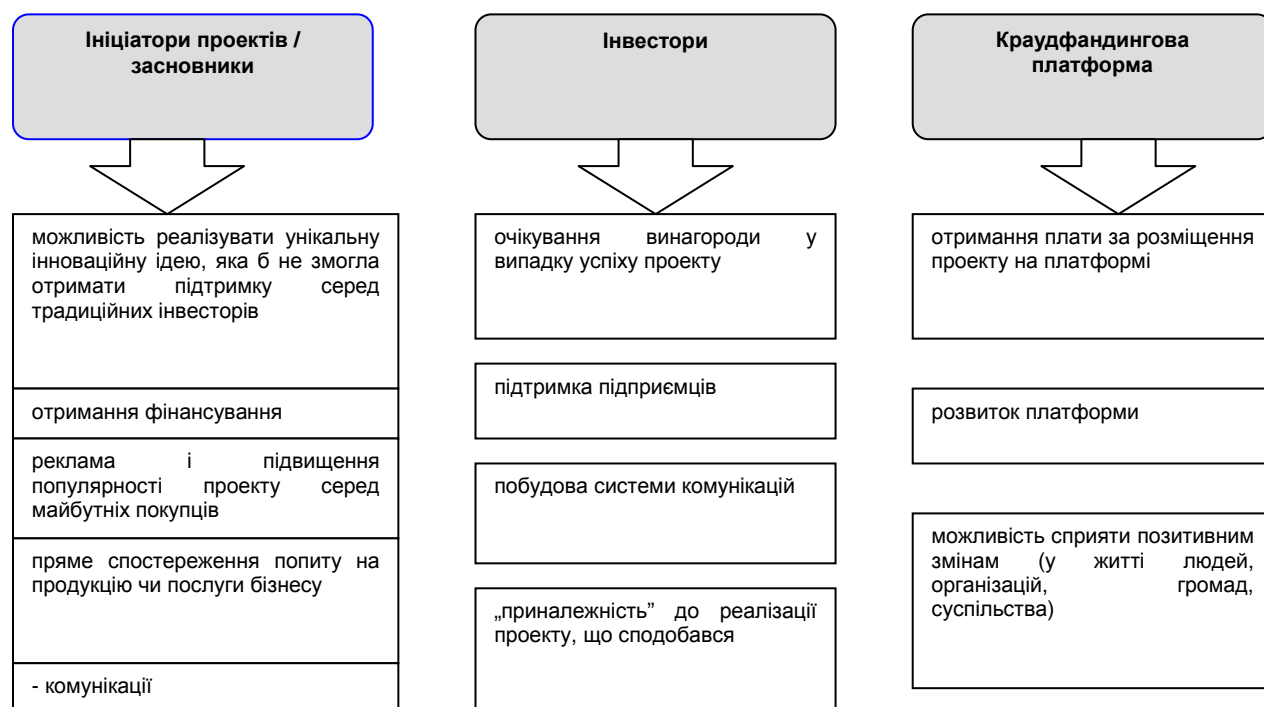
На рис. 1. наведено цілі основних груп учасників краудфандингу.

Зокрема для підприємств застосування краудфандингу як джерела фінансування дає можливості вирішити такі завдання [4]:

- розширити джерела фінансування;
- забезпечити можливість реалізації проектів з розвитку і модернізації наявної технічної бази;
- прорекламувати нові послуги, продукти і технології;
- сприяння росту іміджу підприємства;
- створення партнерських відносин зі споживачами продукції підприємства і забезпечення прямого контакту з ними.

Також для невідомих стартапів краудфандинг фактично є не лише джерелом фінансування, але й одним з ефективних PR-інструментів, даючи шанс автору інноваційної ідеї повернути до неї увагу, підвищуючи його шанси потрапити надалі в бажаний інкубатор чи завоювати увагу ангелів чи інвесторів.

Краудфандинг допомагають реалізувати спеціальні краудфандингові платформи, що фактично є посередниками між ініціаторами проектів та їх донорами чи інвесторами. Краудфандингові платформи є багатозадачними і дозволяють одночасно вирішувати багато проблем як для підприємств, так і для осіб, фінансуючих проекти, що, на думку П. Белефлема і Т. Ламберта, пояснює популярність платформ [8]. Проведений аналіз різних джерел дав змогу систематизувати переваги і недоліки краудфандингових платформ для інвесторів та засновників проектів, що допоможе різним учасникам краудфандингу приймати більш виважені рішення (табл. 2).



**Рис.1. Цілі основних учасників краудфандингу**

Джерело: розроблено автором з використанням джерел [3; 10; 14]

**Таблиця 2**

**Переваги і недоліки краудфандингових платформ**

Переваги	Недоліки
<b>для інвесторів</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- економія часу для пошуку проектів;</li> <li>- легкість вибору категорії цікавих для них проектів;</li> <li>- можливість швидкого й без яких-небудь труднощів перерахунку коштів на рахунок проекту;</li> <li>- надання необхідної інформації про проекти, що спрощує процес вибору;</li> <li>- можливість застосування різних моделей фінансування і видів винагород для інвесторів і донорів проекту;</li> <li>- публічність і прозорість інвестування в конкретні проекти;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- колективне інвестиційне фінансування може стати сприятливим ґрунтом для зловживань (є випадки виведення коштів)</li> </ul>
<b>для засновників</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- тестування інноваційної ідеї;</li> <li>- не потрібно шукати інвесторів, інвестори самі шукають цікавий проект;</li> <li>- простота взаємодії з потенційними інвесторами через краудфандингову платформу в режимі он-лайн;</li> <li>- зменшення ролі фінансових посередників;</li> <li>- незалежність від банківського кредитування;</li> <li>- відкладені фінансові зобов'язання – основні витрати на обслуговування залученого капіталу виникають після отримання фінансування і реалізації проекту;</li> <li>- дозволяє напряму спостерігати попит на продукцію чи послуги бізнесу;</li> <li>- можливість реклами товару/ послуги до його офіційного виходу на ринок;</li> <li>- демонстрація товару зацікавленій аудиторії</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- можливість усунення дійсно вартих уваги проектів і залишення їх без фінансування, якщо іншим вдалося більш грамотно подати свою ідею;</li> <li>- труднощі з розрахунком обсягів інвестування в бізнес-проект й прибутків від реалізації продукту</li> </ul>

Джерело: систематизовано автором на основі джерел [4; 11; 14; 10]

Вибираючи краудфандингову платформу, розробникам проекту насамперед слід звернути увагу на модель і тип, за якими вона працює. Від цього залежатиме подальший вибір системи винагород і чи будуть переведені кошти автору проекту у випадку, якщо фінансову ціль не досягнуто. Важливими для аналізу є й те, наскільки популярна платформа в мережі Інтернет і на які проекти вона націлена, адже від цього залежатиме, якого характеру й обсягу аудиторія буде переглядати проект на платформі. Також вагомим критерієм вибору платформи є її монетизація – який відсоток від зібраної суми складе комісія й збір платіжної системи [3]. Рівень плати за розміщення проекту на краудфандинговій платформі України складає 8-10%, за кордоном – 3-5% [4].

Автору проекту слід оговорити з краудфандинговою платформою умову отримання коштів. Найрозповсюдженіші варіанти умов такі [1]:

1) „все або нічого” — автор отримує кошти на рахунок лише при досягненні усієї заявленої в проекті суми. Якщо необхідну суму не набрано, то гроші повертаються вкладникам;

2) „залишити все” — автор отримує зібрані кошти незалежно, чи набрано повну суму, чи ні;

3) „підписка” — кошти перераховуються від вкладника відразу на рахунок автора проекту. Цю модель найчастіше використовують у благодійних проектах;

4) „вільна ціна” — інвестори особисто вирішують, скільки потрібно для фінансування ідеї. Автор отримує зібрані кошти;

5) „постійне фінансування” — постійно діюча модель, за якої фінансування переходить в етап фактичного фінансування діяльності, попередніх замовлень і залучення клієнтів;

6) „переломний момент” — кошти перераховують автору проекту у разі досягнення суми, меншої за оголошену вартість проекту, якщо автор впевнений, що цих коштів мінімально має вистачити для реалізації ідеї.

Для авторів ідей і розробників проектів процес краудфандингу відбувається в кілька етапів: передстартовий, старт проекту на платформі та заключний етап. Детальніше стадії етапів процесу та зміст робіт представлено в табл.3.

Таблиця 3

## Етапи процесу краудфандингу

Етапи	Стадії	Зміст робіт
1	2	3
Передстартовий	Пошук краудфандингової платформи	Вибір платформи з врахуванням того, на які проекти вона націлена (спеціалізована чи багатопрофільна) і чи популярна в мережах. Аналізують такі характеристики платформ: обсяг фінансування, залученого платформи; кількість і відсоток успішних угод; відвідуваність платформи; використовувана модель краудфандингу (вид краудфандингу); спосіб фінансування (гнучкий чи фіксований); розмір плати з ініціатора проекту, котру знімає платформа; відповідність вимогам, які пред'являє платформа до своїх учасників.
	Вибір категорії проектів	Цей вибір роблять на основі запропонованих краудплатформами категорій. Найчастіше зустрічаються категорії: благодійність, відео, їжа, ігри, кіно, музика, наука, суспільство, технології й т. ін. Якщо виникають труднощі з визначенням категорії, доречно проконсультуватись з менеджерами платформи.
	Представлення ідеї/проекту краудфандинговій платформі та відбір проектів краудфандинговою платформою	Формулювання назви проекту, яка б відображає його суть, та цілі використання коштів. Визначення фінансової цілі і тривалості проекту, системи винагород. Візуалізація цільової аудиторії та створення відеоролика проекту. Виконання інших вимог краудплатформи. Краудфандингова платформа проводить відбір і відхиляє недоречні проекти.
	Створення на платформі веб-сторінки присвяченої проекту	На ній розміщують: відеоролик проекту; опис проекту; причина, за якою проект має бути профінансованим; список винагород залежно від розміру вкладу; зображення прототипу, ескізи продукту й т.ін.; фінансова ціль – сума, яку потрібно зібрати; термін, за який її потрібно зібрати.

продовження табл. 3

1	2	3
Збір коштів	Старт проекту. Отримання коштів від друзів.	На сайті відображається інформація про зібрану суму і час, що ще залишився. Завдання для розробників проекту на цьому етапі: викликати інтерес цільової аудиторії. Застосовують: розсилання особистих повідомлень друзям і знайомим, часті публікації в групі проекту і на особистих сторінках засновників, згадки про проект у схожих за тематикою групах. Розмір фінансування напряму залежить від встановлених у соціальних мережах зв'язків інвесторів та авторів проектів. На цьому етапі інвестують першочергово люди, безпосередньо пов'язані з проектом і його автором. Потік інвестицій стрімкий і доволі значимий, який в сумі може досягати і до половини цільової..
	Завоювання аудиторії	Підтримка інтересу цільової аудиторії. Постійні публікації про проект. Тут потрібне стимулювання отримання інвестицій шляхом мотивації і включення в проект інших інвесторів через спілкування. Від проходження цієї стадії залежить, чи досягне проект кінцевої цілі.
	Гонка за участь	Це останні дні збору коштів, тому проводиться посилений моніторинг процесу збору коштів. Зростання активності засновників і кількості публікацій проекту сприяє бажанню цільової аудиторії «в останні хвилини» допомогти проекту, який зацікавив.
Заклучний	Отримання коштів	Отримання автором проекту коштів від платформи за наперед обумовленим варіантом: „все або нічого”, „залишити все”, „підписка”, „вільна ціна”, „постійне фінансування”, „переломний момент”.
	Реалізація проекту	Стадія передбачає створення продукту обумовленого проектом.
	Винагороди вкладникам.	Винагороди можуть бути: нефінансові, змішані, фінансові. Їх виплата чи пересилання вкладникам потребує певних витрат.

Джерело: розроблено автором з використанням джерел [3; 6]

Таке представлення процесу краудфандингу в розрізі етапів, стадій і змісту робіт носить методично-інформативний характер для ініціатора проекту й сприятиме організації цього процесу на практиці.

**Висновки з проведеного дослідження.** Таким чином, з розвитком ІТ-технологій краудфандинг має вагомий потенціал фінансування для різних за масштабами коштів проектів. Його можливості можна охарактеризувати спектром цілей і завдань, які він допомагає вирішити різним групам учасників, та низкою переваг порівняно з традиційними джерелами фінансування. Поряд з цим розуміння певних недоліків краудфандингу допомагатиме більш виваженому користуванню цим способом фінансування розробниками проектів. Представлення процесу краудфандингу в розрізі етапів, стадій і змісту робіт дає розробниками проектів методичну основу його організації на практиці.

Подальших досліджень потребують питання розвитку сектору краудфандингу в Україні, тенденції розвитку краудфандингових платформ та аспектів їх роботи.

### Бібліографічний список

1. Васильєв О. В., Матюшенко С. С. Краудфандинг – сучасний інструмент фінансування розвитку інтелектуального капіталу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 18. С. 36–40.
2. Куц Л. Л. Краудфандинг як інноваційний спосіб акумулювання інвестиційних ресурсів. *Сталий розвиток економіки*. 2016. № 2 [31]. С. 181-188.
3. Некрасова Т. П., Шумейко Е. В. Экономическая оценка краудфандинга как метода привлечения инвестиций. *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки*. 2017. Т.10, № 5. С. 114-124.
4. Отливанская Г. А. Перспективы и возможности применения краудфандинга в инвестиционной деятельности предприятий Украины. *Проблеми економіки*. 2017. № 2. С. 276–281.
5. Офіційний сайт Світового банку. URL: <http://blogs.worldbank.org/psd/crowdfunding-development-recommendations-vs-reality> (дата звернення 18.08.2018).
6. Ястремська Н. М. Особливості реалізації проектів краудфандингу в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2017. № 2 (21). URL: [http://elibrary.donnue.edu.ua/216/1/Yastremska\\_article\\_06\\_2017.pdf](http://elibrary.donnue.edu.ua/216/1/Yastremska_article_06_2017.pdf) (дата звернення 18.08.2018).
7. 2015CF – Crowdfunding Industry. Report. URL: <http://www.crowdsourcing.org/editorial/global-crowdfunding-market-to-reach-344b-in-2015-predicts-massolutions-2015cf-industry-report/45376> (дата звернення 17.08.2018).
8. Belleflamme P., Lambert T. Crowdfunding: Some empirical findings and microeconomic underpinnings. *SSRN Electronic Journal*. May 2014. No. 4(4). URL:

[https://www.researchgate.net/publication/262362447\\_Crowdfunding\\_Some\\_Empirical\\_Findings\\_and\\_Microeconomic\\_Underpinnings](https://www.researchgate.net/publication/262362447_Crowdfunding_Some_Empirical_Findings_and_Microeconomic_Underpinnings) (дата звернення 17.08.2018).

9. Crowdfunding Industry Statistics 2015, 2016. URL: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> (дата звернення 17.08.2018).

10. Gerber E. M., Hui J. S., Kuo P. Y. Crowdfunding: Why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms. *Proceedings of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies: Techniques, Impacts and Ethics Proceedings of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies*, 2012. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/c1e2/a1068f0af1c3120c62be5943340518860ecb.pdf> (дата звернення 17.08.2018).

11. Hervé F. et al. Investor Motivations in Investment-Based Crowdfunding. 2016. URL: <https://www.em-lyon.com/minisiteen/ReCEntFin/ENTFIN-Conference-2016/Papers> (дата звернення 17.08.2018).

12. Lynn D. M. The crowdfunding provisions of the JOBS Act. *Financial Executive*. 2012. May. P. 42-43.

13. Powers T. V. SEC regulation of crowdfunding intermediaries under Title III of the JOBS Act. *Banking & Financial Services Policy Report*. 2012. no. 10 (31). P. 1-7.

14. Schwenbacher Armin. Entrepreneurial Risk-Taking in Crowdfunding Campaigns (April 30, 2015). URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2506355> (дата звернення 17.08.2018).

## References

1. Vasyliiev, O.V. and Matiushenko, S.S. (2016), "Crowdfunding — a modern financing instrument for development of the intellectual capital", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 18, pp. 36–40.

2. Kuts, L.L. (2016), "Crowdfunding as an innovative way to accumulate investment resources", *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 2 [31], pp. 181-188.

3. Nekrasova, T.P. and Shumeyko, E.V. (2017), "Economic estimation of crowdfunding as a type of fund raising", *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, Vol. 10, no. 5, pp. 114–124.

4. Otylvanska, G.A. (2017), "The Prospects and Possibilities for Using Crowdfunding in the Investment Activity of Ukrainian Enterprises", *Problemy ekonomiky*, no. 2, pp. 276–281.

5. "Official Website of the World Bank", available at: <http://blogs.worldbank.org/psd/crowdfunding-development-recommendations-vs-reality> (access date August 18, 2018).

6. Yastremska, N.M. (2017), "Features of crowdfunding projects in Ukraine", *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii*, no. 2 (21), available at: [http://elibrary.donnuet.edu.ua/216/1/Yastremska\\_article\\_06\\_2017.pdf](http://elibrary.donnuet.edu.ua/216/1/Yastremska_article_06_2017.pdf) (access date August 18, 2018).

7. 2015CF – Crowdfunding Industry. Report, available at: <http://crowdsourcing.org/editorial/global-crowdfunding-market-to-reach-344b-in-2015-predicts-massolutions-2015cf-industry-report/45376> (access date August 17, 2018).

8. Belleflamme, P. and Lambert, T. (2014), "Crowdfunding: Some empirical findings and microeconomic underpinnings", *SSRN Electronic Journal*, no. 4(4), available at: [https://researchgate.net/publication/262362447\\_Crowdfunding\\_Some\\_Empirical\\_Findings\\_and\\_Microeconomic\\_Underpinnings](https://researchgate.net/publication/262362447_Crowdfunding_Some_Empirical_Findings_and_Microeconomic_Underpinnings) (access date August 17, 2018).

9. Crowdfunding Industry Statistics 2015, 2016, available at: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/> (access date August 17, 2018).

10. Gerber, E.M., Hui, J.S., and Kuo, P.Y. (2012), "Crowdfunding: Why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms", *Proceedings of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies: Techniques, Impacts and Ethics Proceedings of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies*, available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/c1e2/a1068f0af1c3120c62be5943340518860ecb.pdf> (access date August 17, 2018).

11. Hervé, F. et al. (2016), "Investor Motivations in Investment-Based Crowdfunding", available at: <https://www.em-lyon.com/minisiteen/ReCEntFin/ENTFIN-Conference-2016/Papers> (access date August 17, 2018).

12. Lynn, D.M. (2012), "The crowdfunding provisions of the JOBS Act", *Financial Executive*, pp. 42-43.

13. 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.

14. Schwenbacher, Armin (2015), "Entrepreneurial Risk-Taking in Crowdfunding Campaigns", available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2506355> (access date August 17, 2018).

### Куц Л.Л. ПРОЦЕС КРАУДФАНДИНГУ ЯК ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТІВ

**Мета.** Дослідження теоретичних аспектів явища краудфандингу як інновації у сфері фінансування проектів, окреслення спектру цілей і завдань, які допомагає вирішити краудфандинг для різних груп його учасників, систематизація переваг і недоліків краудфандингу, дослідження процесу краудфандингу в розрізі етапів, стадій і змісту робіт для ініціатора проекту.

**Методика дослідження.** У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: аналізу та синтезу, теоретичного узагальнення, абстрактно-логічний – при дослідженні спектру цілей і завдань краудфандингу, його переваг і недоліків; структурно-логічний – при обґрунтуванні етапів та стадій процесу краудфандингу.

**Результати.** Охарактеризовано можливості краудфандингу низкою цілей і завдань, які він допомагає вирішити різним групам учасників: розробникам проектів, інвесторам, краудфандинговій платформі. Систематизовано переваги і недоліки краудфандингу порівняно з традиційними джерелами фінансування, що допомагатиме більш виваженому користуванню цим способом фінансування розробниками проектів. Обґрунтовано структуру процесу краудфандингу в розрізі етапів, стадій і змісту робіт, що дає методичну основу його організації на практиці авторами проектів.

**Наукова новизна.** Систематизовано спектр цілей і завдань краудфандингу для різних груп його учасників, його переваги та недоліки. Представлено процес краудфандингу в розрізі етапів, стадій і змісту робіт.

**Практична значущість.** Отримані результати дослідження направлені на вирішення проблеми організації процесу краудфандингу розробниками проектів. Вони можуть бути використані в управлінні процесом фінансування проектів на різних рівнях.

**Ключові слова:** краудфандинг, краудфандингова платформа, інновації, фінансування, інвестиції.

#### **Kuts L.L. CROWDFUNDING PROCESS AS AN INNOVATION IN PROJECT FINANCING**

**Purpose.** The purpose of the article is to research the theoretical aspects of the phenomenon of crowdfunding as innovations in the financing of projects, outline the range of goals and tasks that help to solve the crowdfunding for various groups of its participants, systematization of advantages and disadvantages of crowdfunding, researching the process of crowdfunding in section of stages, phases and meaning of works for the initiator of the project.

**Methodology of research.** The research uses general scientific and special methods, in particular: analysis and synthesis, theoretical generalization, abstract and logical – in the study of the spectrum of goals and objectives of the crowdfunding, its advantages and disadvantages; structural and logical – in substantiating the stages and phases of the crowdfunding process.

**Findings.** The possibilities of crowdfunding are characterized by a number of goals and objectives that it helps to solve for different groups of participants: project developers, investors, and the crowdfunding platform. The advantages and disadvantages of crowdfunding are systematized in comparison with traditional sources of financing, which will help more balanced use of this method of financing by project developers. The structure of the crowdfunding process is grounded in sections of stages, phases and content of works, which gives the methodical basis of its organization in practice by the authors of the projects.

**Originality.** The spectrum of goals and objectives of crowdfunding for various groups of its participants, its advantages and disadvantages are systematized. The process of crowdfunding is presented in sections of stages, phases and meaning of works.

**Practical value.** The obtained results of the research are aimed at solving the problem of organizing the process of crowdfunding by project developers. They can be used to manage the project financing process at different levels.

**Key words:** crowdfunding, crowdfunding platform, innovations, financing, investment, projects.

#### **Куц Л.Л. ПРОЦЕСС КРАУДФАНДИНГА КАК ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТОВ**

**Цель.** Целью статьи является исследование теоретических аспектов явления краудфандинга как инновации в сфере финансирования проектов, определение спектра целей и задач, которые помогают решить краудфандинг для различных групп участников, систематизация преимуществ и недостатков краудфандинга, исследование процесса краудфандинга в разрезе этапов, стадий и содержания работ для инициатора проекта.

**Методика исследования.** В исследовании использованы общенаучные и специальные методы, в частности: анализа и синтеза, теоретического обобщения, абстрактно-логический – при исследовании спектра целей и задач краудфандинга, его преимуществ и недостатков; структурно-логическое – при обосновании этапов и стадий процесса краудфандинга.

**Результаты.** Охарактеризованы возможности краудфандинга рядом целей и задач, которые он помогает решить различным группам участников: разработчикам проектов, инвесторам, краудфандинговой платформе. Систематизированы преимущества и недостатки краудфандинга по сравнению с традиционными источниками финансирования, что помогает более взвешенному использованию этого способа финансирования разработчиками проектов. Обосновано структуру процесса краудфандинга в разрезе этапов, стадий и содержания работ, дающую методическую основу его организации на практике авторами проектов.

**Научная новизна.** Систематизированы спектр целей и задач краудфандинга для различных групп участников, его преимущества и недостатки. Представлен процесс краудфандинга в разрезе этапов, стадий и содержания работ.

**Практическая значимость.** Полученные результаты исследования направлены на решение проблемы организации процесса краудфандинга разработчиками проектов. Они могут быть использованы в управлении процессом финансирования проектов на разных уровнях.

**Ключевые слова:** краудфандинг, краудфандинговая платформа, инновации, финансирование, инвестиции.