

Юрій ПЕТРУШЕНКО

РОЗВИТОК МЕТОДІВ КОЛЕКТИВНОГО ФІНАНСУВАННЯ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Досліджено вплив еволюції методів фінансування на соціально-економічний розвиток територіальних громад. На основі отриманих результатів розроблені пропозиції щодо використання територіальними громадами сучасних інструментів колективного фінансування.

Сучасний англійський філософ Ф. Блонд, якого називають “архітектором нової Британії”, у 2009 р. писав: “Ми живемо в суспільстві без громад” [25]. Подібні думки стосовно життя американського суспільства на порозі XXI століття висловив у своїй праці “Гра в кеглі наодинці” і відомий американський соціолог Р. Патнем [8].

Німецький соціолог Ф. Теніс вирізняє два типи соціальності: співтовариство (громада), де панують безпосередньо особисті та родинні стосунки, і суспільство, де переважають формальні інститути [11]. Прогнозуючи майбутню динаміку суспільних відносин, науковець вважав, що соціальність громади, засновану на статусі, поступово витіснить соціальність суспільства, що заснована на контрактних відносинах. Другий тип соціальності (суспільство, засноване на контрактах) є більш пристосованим до ринкових відносин, і тому має переваги в економічній конкуренції соціальності, засновану на людських почуттях, таких як співпричетність та гуманність. Проте політичний ідеал Ф. Теніса передбачав відновлення

співтовариств, але не шляхом повернення до стадії, що передувала суспільству, а шляхом руху до вищої форми співтовариства – постсуспільної стадії, яка збереже всі переваги технічного прогресу та індивідуальної свободи за одночасного відновлення повноти життя в громаді.

Вчені систематично намагаються пояснити та спрогнозувати соціальні зміни у суспільстві за допомогою економічних факторів та протиріч. Не завжди їх висновки підтверджує історичний перебіг подій, проте в більшості випадків історія засвідчує тісний взаємозв'язок між економічною і соціальною динамікою.

До найбільш вагомих концептуальних досліджень, присвячених цій тематиці, належить праця С. А. Маргліна [5], присвячена аналізу того, як економічний спосіб мислення розхитує засади спільнот, та фундаментальні роботи Ф. Фукуями [12] та А. Етціоні [15], у яких висвітлена специфіка взаємозв'язку економічних і соціальних факторів розвитку місцевих громад у різних країнах світу.

Серед останніх досліджень, присвячених методам колективного фінансування місцевого розвитку, варто виокремити працю Е. Моллік [31]. Низка публікацій присвячена еволюції використання різних форм колективного фінансування, таких як купівля цінних паперів, позики, дарування та попереднє замовлення продукту [16-18; 28].

Результати дослідження П. Беллефлама та співавторів [19] вказують на те, що використання новітніх форм фінансових інструментів, заснованих на довірі та громадській участі, зокрема краудфандингу, може створювати переваги порівняно з традиційним фінансуванням внаслідок можливості застосування дискримінації у винагороді при збільшенні результативності проектів соціально-економічного розвитку. Ця особливість сучасного краудфандингу сприяє розвитку тим місцевим громадам, населення яких характеризується різними фінансовими статками. У дослідженні Дж. Лернера [29] вказано, що особливістю краудфандингу є зручність фінансування інноваційних проектів.

Робота Б. Галлен та К. Айзенгардта [24] присвячена питанню формування стратегічних зв'язків між організаціями і спільнотами та їх подальшого використання. У дослідженні К. Міллера та співавторів [30] доведено, що підприємці здатні отримувати вигоду, зробивши представників спільноти промоутерами своїх проектів.

Дж. Акерлоф та Р. Крентон [26] досліджували вплив спільнот на економічну раціональність та ідентичність індивідів.

Тенденція пов'язувати розвиток колективних способів фінансування з елементами теорії спільнот і глобальними трансформаціями суспільства присутня і в дослідженнях українських учених, серед яких варто виокремити праці О. В. Длугопольського, присвячені розвитку суспільного сектору економіки та публічних фінансів в умовах глобалізації [2-3].

Незважаючи на велику кількість досліджень, в яких проаналізовано ефективність різних методів фінансування місцевого розвитку, питання еволюції методів колективного фінансування та впливу новітніх форм фінансування (краудфандингу, пірингових фінансів та ін.) на соціально-економічний розвиток територіальних спільнот недостатньо вивчене.

Метою статті є теоретичне обґрунтування напрямів впливу методів фінансування місцевого економічного розвитку на суттєві соціальні характеристики територіальних спільнот та розробка на цій основі пропозицій щодо використання місцевими громадами сучасних інструментів колективного фінансування.

Життя територіальних громад завжди залежало від можливостей фінансування їх розвитку. Залучення фінансових ресурсів дозволяло громадам розвиватися, але інколи ставало причиною руйнування відносин у спільнотах. Досить влучно демонструє цю тезу історія розвитку страхування в Європі.

У середньовічній Європі ремісничі гільдії та релігійні братства допомагали своїм членам у нелегкі часи, а також вдовам та дітям померлих. Вони піклувалися про хворих, допомагали сім'ям у випадку пожежі чи інших нещасних випадків. Ця взаємодопомога була своєрідним "клеєм", який скріплював відносини всередині спільноти.

Перший комерційний поліс страхування життя був виписаний в Англії у 1585 р. [21], проте через технічні, а головне, етичні проблеми страховий ринок не набув належного розвитку аж до XIX століття. Технічною проблемою була відсутність чітких методик визначення страхових ризиків, а етичною проблемою стала "заміна співчуття на комерцію" [5]. Страхування, на думку графа Марабу, президента Національної асамблеї у Франції в 1791 р., спричинило "зник-

нення загальної вразливості, що є однією з основ суспільства”, тому страхування життя тривалий час було заборонено у цій країні через етичні міркування.

Згодом розвиток ринкових відносин у XIX столітті призвів до витіснення традицій взаємодопомоги у місцевих громадах комерційними послугами страхування від нещасних випадків та інших видів ризику. А вже трохи пізніше, у XX столітті, функції, які раніше виконувала сама громада, а потім ринок, перебрала на себе держава. Це було пов'язано із запровадженням у більшості країн Європи обов'язкового державного соціального страхування.

Еволюція фінансування місцевого розвитку (самофінансування – ринок – державне фінансування) характерна не тільки для страхування, а й для інших форм фінансових відносин, і це не могло не відобразитися на життєдіяльності спільнот. Розвиток ринкової економіки з притаманними їй формами фінансових відносин, централізація влади та процеси глобалізації фактично призвели до ситуації, коли ставиться питання щодо існування самих територіальних спільнот. У сучасному світі люди все більше живуть відособлено, не відчуваючи себе членами певного співтовариства.

Стівен А. Маргліс вважає, що “підтримуючи ринкові відносини, економіка руйнує взаємність, альтруїзм та спільні зобов'язання, і через це – необхідність спільноти. Справжні засади економіки, виправдовуючи розширення ринків, невідвратно ведуть до послаблення спільнот” [5].

Роз'єднання спільнот негативно відображається на можливостях фінансового забезпечення їх економічного розвитку. Кожне домогосподарство в громаді має певний запас фінансових ресурсів, проте за умов роз'єднання спільноти цей запас не виступає ресурсом її розвитку. Запозичивши аналогію у Й. Шумпетера [14], за-

значимо, що поєднання відокремлених домогосподарств відрізняється від спільноти подібно до того, як 20 з'єднаних між собою автомобілів – від потяга.

Водночас, аналізуючи сучасні тенденції на фінансових ринках, зробимо припущення, що завдяки таким факторам, які, здавалося б, повинні відособлювати людей, зокрема ринковій ідеології та глобалізації, формуються новітні фінансові механізми, які надають роз'єданому сучасному суспільству нового громадського змісту.

Завдяки глобалізації та розвитку інформаційних технологій виникли соціальні мережі та нові форми суспільних фінансів, що засновуються на громадській участі. Проаналізуємо суспільний потенціал одного із таких інноваційних фінансових інструментів – краудфандингу. Уже сьогодні використання сучасних інформаційних технологій перетворює краудфандинг на дієвий інструмент фінансування соціально-економічного розвитку територіальних громад.

Зміст поняття “краудфандинг” (від англ. crowdfunding, crowd – “натопв”, funding – “фінансування”) формувався під впливом концепцій мікрофінансування [32] і краудсорсинга [34]. Проте сучасний краудфандинг – це унікальна категорія фандрайзингу.

У найбільш узагальненому вигляді краудфандинг визначимо як колективну співпрацю людей, які добровільно об'єднують свої фінансові або інші ресурси (переважно через Інтернет), щоб підтримати зусилля інших людей, організацій чи окремих спільнот.

Краудфандинг дозволяє залучати фінансові ресурси великої кількості людей для реалізації різноманітних ідей і проектів. Послуга, зазвичай, надається через спеціалізований Інтернет-портал, на якому, після детальної реєстрації, користувач створює заявку на фінансування проекту. Це може бути новий бізнес (стартап), створення ЗМІ чи телепрограми, запис музичного альбому

чи проведення концерту, проект місцевого розвитку тощо.

Спеціалізовані Інтернет-платформи допомагають створювати максимально повний опис проекту або потреби у фінансуванні. Як правило, вони дозволяють використовувати вкладення у вигляді фотографій, посилань на відео, документи (бізнес-план та інше). Вказується необхідна сума для фінансування, термін, на який залучаються гроші, та бажаний відсоток доходу потенційного інвестора. Якщо проект має соціальний характер, то зазвичай вказується, що це безповоротна фінансова допомога. Нерідко такі портали просувають проекти в популярних соціальних мережах, роблять розсилку в потенційно зацікавлених групах.

У табл. 1 представлені види краудфандингу залежно від винагороди для його учасників (спонсорів чи інвесторів).

В Україні Інтернет-краудфандинг тільки починає розвиватися. Піонерами в цій сфері були “Українська біржа благодійності”, створена Фондом Віктора Пінчука, “X-Ideas” від “Nescafe” та сайт “Велика ідея”. Найбільш популярною українською краудфандинговою платформою є “Спільнокошт” на сайті “Велика ідея”, що працює за принципом нефінансової винагороди. Досить характерним є те, що редизайн сайту “Велика ідея”, у результаті якого запрацював інструмент краудфандингу, був профінансований шляхом краудфандингу на суму 38260 грн. [10]. Офіційний старт “Спільнокошту” відбувся в жовтні 2012 р.

Що стосується використання краудфандингу в якості інструменту розвитку місцевих громад, то цей напрям колективного фінансування тільки формується. Проте кількість прикладів, коли люди починають використовувати різні форми самофінансування розвитку територіальних спільнот, різко зростає. Особливо це характерно для

небагатих країн і демонструє кризу механізмів державного фінансування місцевого розвитку.

У Російській Федерації великий ажіотаж спричинив випадок, коли підприємці з міста Шарья (Костромська область) на чолі з ковалем Сергієм Захаровим відновили аварійний міст, зібравши з місцевої громади 300 тис. руб. (без обліку безоплатно переданих матеріалів). Жителі міста вирішили не чекати допомоги влади, за розрахунками якої офіційні роботи мали коштувати 13500 тис. руб., тобто в 45 разів дорожче [6].

Благодійна організація “Mara Woman” у Молдові через краудфандингову платформу “Indiegogo” вирішила проблеми з працевлаштуванням жінок у кількох місцевих сільських громадах. Проект, що був виставлений на краудфандинг, стосувався виробництва в’язаних речей на замовлення з подальшою пересилкою замовнику. На зібрані 12 565 дол. закупили обладнання для в’язання, і жінки в селах були забезпечені роботою. Спонсори проекту згодом отримали якісні в’язані речі від колишніх безробітних [27].

Прикладів колективного фінансування місцевого розвитку в Україні чимало: від дитячих майданчиків у дворах – до створення міських парків. Інтернет-краудфандинг з цією метою використовується поки що рідко, незважаючи на досить значний потенціал. Це можна пояснити як відсутністю такої практики в українських громадах, так і недостатньою поширеністю інформації про можливості цього інструменту.

Крім того, як засвідчив світовий досвід реалізації проектів Програми розвитку ООН, дієвість колективного фінансування залежить від соціального капіталу місцевих громад, їх згуртованості та рівня довіри. Завдання підвищення ефективності краудфандингу вирішується вже не в технічній площині – це питання формування

Види краудфандингу залежно від винагороди для учасників

№	Вид краудфандингу	Характеристика
1.	З відсутністю винагороди	Пожертвування зазвичай є добровільними актами. Найчастіше ця модель застосовується у соціальних, політичних і медичних проєктах (збір коштів на допомогу в лікуванні захворювання або на діяльність благодійної організації). Як приклади таких платформ, можна навести http://www.betterplace.org/de у Німеччині, http://respekt.net в Австрії, dobro.mail.ru у Росії. До 2012 року цей напрям був домінантним у рамках застосування краудфандингу.
2.	З нефінансовою винагородою	Наразі це найпоширеніша за кількістю платформ модель краудфандингу. Вона зарекомендувала себе як ефективний інструмент збору коштів на будь-які проєкти, починаючи інфраструктурними проєктами розвитку територій і закінчуючи складними технологічними продуктами. Головною особливістю цієї моделі є надання нефінансової винагороди у відповідь на підтримку. У цій концепції винагородою може бути сам продукт. Наприклад, книга, фільм, музичний альбом, програмне забезпечення, новий гаджет тощо. Автори таких проєктів обіцяють доставити продукт відразу після його виробництва. Найуспішнішою платформою, що працює за принципом нефінансової винагороди на основі моделі попередніх замовлень, є майданчик Kickstarter, який тільки за 2012 рік зібрав 320 млн. дол.
3.	З фінансовою винагородою (краудінвестинг)	Основною характеристикою краудінвестингу, що відрізняє його від інших форм краудфандингу, є наявність фінансової винагороди, яку отримує спонсор (у цьому випадку – вже інвестор) в обмін на свою підтримку. Три основні форми краудінвестингу: а) Модель роялті. Ця модель є логічним продовженням схеми нефінансової винагороди. Крім нефінансових бонусів і різних заохочень, спонсор (інвестор) отримує частку від доходів або прибутку проєкту, який фінансує. Цей підхід активно практикується у сфері фінансування музики (SonicAngel), розробки ігор (LookAtMyGame), фільмів (Slated) і т.д. Підхід роялті є досить перспективним, оскільки дозволяє, з одного боку, зберегти елемент причетності й залученості учасника краудфандингу, а з іншого – фінансово його мотивувати. б) Народне кредитування. Лідер за кількістю залучених коштів та предмет пильної уваги фахівців. Як основну перевагу для кредиторів виділяють більш високі ставки й саму можливість надання позики в дуже широкому спектрі галузей. Позичальник виграє завдяки більш низьким тарифам і зручності отримання кредиту. Джерелом фінансування є фізичні особи. Першою краудфандинговою платформою, що почала працювати за цим принципом кредитування, стала британська Zora. Серед інших успішних проєктів можна також виокремити Smava у Німеччині, Babyloan у Франції та багато інших Інтернет-ресурсів. Лідером ринку є американська платформа Lending Club, яка з початку 2007 р. по жовтень 2013 р. збрала понад 2,7 млрд. дол. У 2013 р. корпорація Google оголосила про покупку меншоритарного пакета акцій платформи Lending Club, тим самим сигналізуючи більш високу перспективність цього підходу. Окремим випадком кредитування фізичних осіб є модель соціального кредитування. Вона характеризується номінальними відсотками за кредитом або їх повною відсутністю. Основне призначення подібних кредитів – це надання допомоги бідним верствам населення, насамперед в країнах, що розвиваються. Найбільшим представником цієї моделі є платформа KIVA, через яку пройшло понад 500 млн. дол. кредитів. У цьому підході йдеться саме про кредити, а не про благодійність. Отримані позики необхідно повертати. в) Акціонерний краудфандинг. Одна з найбільш інноваційних форм краудфандингу, де в якості винагороди спонсор (інвестор) отримує частину власності, акції підприємства, дивіденди або право голосування на загальних зборах акціонерів. Але поряд із інноваційною формою краудфандингу цей підхід є водночас і найбільш обговорюваним та суперечливим, тому що зачіпає організаційно-правову форму підприємства й пов'язаний із підвищеним ризиком для інвесторів. Очікувалося, що в Сполучених Штатах Америки з 2013 р. (після підписання Бараком Обамою акту JOBS у квітні 2012 р.) краудфандингові платформи зможуть на легальній основі пропонувати цю форму неакредитованим інвесторам (тобто пересічним громадянам). Проте комісія з цінних паперів і вкладів SEC (Securities and Exchange Commission) досі не опублікувала директиви, що дозволяють такий вид інвестування. У Європейському Союзі акціонерний краудфандинг повною мірою використовує правову свободу. Одним із успішних прикладів є британський проєкт Seedrs, який спеціалізується винятково на акціонерному краудфандингу. Важливою віхою подальшого розвитку цього виду краудфандингу стало прийняття закону в Італії, який легалізує цей спосіб інвестування для стартапів.

* Складено на основі [1; 7; 9; 13; 22].

згуртованих спільнот, зацікавлених у своєму розвитку.

У загальному вигляді здатність окремих домогосподарств діяти в рамках єдиної територіальної громади визначається декількома чинниками. Першим фактором є ступінь однорідності інтересів членів спільноти та відсутність суперечностей. Другий фактор – поінформованість членів групи про єдність інтересів. Третім чинником є інтенсивність індивідуальних мотивів. Четвертим фактором ефективної колективної дії є величина витрат на організацію та підтримку єдності спільноти [4]. Разом з тим, варто зазначити, що без наявності легітимного механізму прийняття спільних колективних рішень, громада не зможе ефективно використовувати спільні, в тому числі фінансові ресурси [33].

Таким чином, сформулюємо економічний критерій дієздатного соціального об'єднання: індивіди об'єднуються у спільноту, якщо очікувана індивідом корисність, що отримується від приналежності до групи, є більшою за корисність, яку він міг би отримати самостійно, з урахуванням величини витрат групової організації.

Відповідно до описаних чинників виокремимо такі етапи формування спільноти:

- 1) формування та уточнення інтересів індивідів;
- 2) виявлення збігу інтересів та визначення кількості однодумців;
- 3) налагодження контакту між потенційними учасниками спільноти;
- 4) інституціональне оформлення поточної діяльності спільноти.

Під час організації роботи територіальної громади для використання Інтернет-краудфандингу ці етапи можна спростити.

Аудиторія онлайн-платформ є достатньо великою, і формувати інтереси не завжди потрібно. Цілі проекту повинні лише відповідати інтересам частини аудиторії.

Аналіз кількості зацікавлених членів спільноти є необхідним лише для авторів проекту розвитку. Бажаючи інвестувати в проект достатньо знати, що рівень поінформованості високий.

Налагодження взаємодії зі спільнотою не є надто складним процесом, оскільки видів трансакцій лише декілька (обговорення, фінансування, винагорода), які є формалізованими і підтримуються інфраструктурою онлайн-платформ.

Щодо інституціональних процедур, які мають регламентувати поточну діяльність спільноти, то вони частково визначаються правилами представлення проекту на краудфандингові платформи та зобов'язаннями ініціаторів проекту. Цього може бути достатньо, зважаючи на те, що проекти мають чіткі хронологічні межі, а потенційні інвестори є членами однієї територіальної спільноти.

Методи залучення та використання фінансових ресурсів в ході еволюції ринкових відносин мали неоднозначний вплив на життєдіяльність територіальних громад та можливість їх соціально-економічного розвитку.

Ми є свідками нового етапу взаємозв'язку суспільних і фінансових відносин. Інтернет-платформи та соціальні мережі надали колективним методам фінансування нового змісту та форми, що не існували раніше (краудфандинг, ree-to-reee фінансування та ін.). Завдяки інноваційним характеристикам краудфандинг має всі підстави стати в найближчому майбутньому повноцінним гравцем на ринку фінансових ресурсів, потіснивши в конкурентній боротьбі банківські установи та інші фінансові посередники. Уже сьогодні місцеві спільноти мають можливість шляхом краудфандингу об'єднати зусилля для вирішення питань подальшого розвитку.

Оскільки новітні фінансові інструменти тільки починають використовуватись з ме-

тою забезпечення місцевого розвитку, для підвищення ефективності цього процесу необхідні наукові розробки у двох напрямках. Перший із них стосується маркетингу краудфандингу, другий – формування таких соціально-економічних характеристик спільнот, котрі дозволили б ефективно застосовувати інструменти колективного фінансування.

Іншим важливим напрямом подальших досліджень у цій сфері є підготовка пропозицій для розвитку законодавчої бази, що регламентуватиме застосування новітніх інструментів колективного фінансування.

Література

1. Артамонов В. *Когда в Украине появятся краудфандинг?* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.ua/opinions/1334049-kogda-v-ukraine-poyavitsya-kraudfanding>.
2. Длугопольський О. В. *Реформування суспільного сектору економіки та нові підходи до управління публічними фінансами: Монографія.* – К.: Держ. навч.-наук. установа “Акад. фін. упр.”, 2012. – 278 с.
3. Длугопольський О. В. *Суспільний сектор економіки і публічні фінанси в епоху глобальних трансформацій: Монографія.* – Тернопіль: ТНЕУ, 2011. – 632 с.
4. Долгин А. Б. *Как нам стать договоропригодными, или Практическое руководство по коллективным действиям.* – М.: ОГИ, 2013. – 192 с.
5. Маралін С. А. *Економіка: знітюча наука. Як економічний спосіб мислення розхитує засади спільноти.* – К.: Темпора, 2012. – 520 с.
6. *Мост, который не распилишь* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.novayagazeta.ru/society/56382.html>.
7. Окли К. *Главные принципы эффективно-го краудфандинга* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.ua/business/1358237-glavnye-principy-effektivnogo-kraudfandinga>.
8. Патнем Р. *Гра в кеглі наодинці: занепад соціального капіталу Америки* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n21texts/putnem.htm>.
9. *Рынок краудфандинга в 2012 году вырос на 81%* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://crowdsourcing.ru/article/crowdfunding-market-grew-81-in-2012-finds-massolution-industry-report>.
10. *Створення Спільнокошту на Великій Ідеї* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biggggidea.com/project/18>.
11. Тённис Ф. *Общность и общество. Основные понятия чистой социологии.* – СПб.: Издательство “Владимир Даль”, 2002. – 452 с.
12. Фукуяма Ф. *Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ.* – М.: ООО “Издательство АСТ”: ЗАО НПП “Ермак”, 2004. – 730 [6] с.
13. *Что такое краудфандинг?* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding.
14. Шумпетер Й. *Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия.* – М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.
15. Этциони А. *От империи к сообществу: новый подход к международным отношениям.* – М.: Ладомир, 2004. – 384 с.
16. *Friends, family, and the flat world: The geography of crowdfunding / A. Agrawal, C. Catalini, A. Goldfarb* // SSRN Electronic Journal. – 2011. – 6 June [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.law.northwestern.edu/research-faculty/searlecenter/workingpapers/ocuments/grawalCataliniGoldfarb.pdf>
17. *Some simple economics of crowdfunding / A. Agrawal, C. Catalini, A. Goldfarb* // NBER Working Paper. – 2013. – №19133 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nber.org/papers/w19133>.
18. *Signaling in equity crowdfunding / G.K.C. Ahlers, D. Cumming, C. Gunther, D. Schweizer* // NBER Working Paper. – 2012. – № 18004.

19. Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of business venturing* / P. Belleflamme, T. Lambert, A. Schwienbacher [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2292363_code301672.pdf.
20. Cassar G. *The financing of business start-ups* // *Journal of business venturing*. – 2004. – №5. – P. 261–283.
21. Clarc G. *Betting on lives: the culture of life insurance in England, 1695-1775*. – Manchester, UK: Manchester university press, 1999.
22. Crowdfunding industry report: market trends, composition and crowdfunding platforms [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.crowdsourcing.org/document/crowdfunding-industry-report-abridged-version-market-trends-composition-and-crowdfunding-platforms/14277>.
23. Google выходит на рынок краудфандинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://crowdsourcing.ru/article/lending-club-shuffles-around-shareholders-to-make-room-for-google>.
24. Hallen B. L., Eisenhardt K. M. *Catalyzing strategies and efficient tie formation: how entrepreneurial firms obtain investment ties* // *The academy of management journal*. – 2012. – № 55. – P. 35–70.
25. Harris J. *Phillip Blond man who wrote cameron's mood musik* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.guardian.co.uk/theguardian/2009/aug/08/phillip-blond-conservatives-david-cameron>.
26. Akerlof G. A., Kranton R. E. *Identity economics: how our identities shape our work, wages, and well-being*. – Princeton university press, Princeton, NJ, 2010. – 185 p.
27. *Knits with social impact: с миру по нитке* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.allmoldova.com/project/startlab/3474.html>.
28. Kuppuswamy V., Bayus B. *Crowdfunding creative ideas: the dynamics of project backers in Kickstarter*. – Working paper, 2013.
29. Lerner J. *Venture capitalists and the oversight of private firms* // *Journal of finance*. – 1995. – № 50. – P. 310–318.
30. *Strategies for online communities* / K. D. Miller, F. Fabian, S.-J. Lin // *Strategic management journal*. – 2009. – № 30. – P. 305–322.
31. Mollick E. *The dynamics of crowdfunding: an exploratory study* // *Journal of business venturing*. – 2014. – №1. – P. 1-16.
32. Morduch J. *The microfinance promise* // *Journal of economic literature*, 1999. – № 37. – P. 1569–1614.
33. Ostrom E. *Governing the commons: the evolution of institutions for collective action*. – Cambridge, UK: Cambridge university press, 1990.
34. Poetz M., Schreier M. *The value of crowdsourcing: can users really compete with professionals in generating new product ideas?* // *Journal of product innovation management* – 2012. – №29. – P. 245–256.