

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 330.322.1:338.28

DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/16.13>**Ахновська І.О.**

кандидат економічних наук, доцент

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9731-3801>**Левченко О.В.**

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2052-5958>

РОЗВИТОК КРАУДФАНДИНГУ ДЛЯ ФІНАНСУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Краудфандинг є одним із найбільш популярних джерел фінансування проєктів малого бізнесу, а також таким, що найбільш динамічно розвивається. Вивчення принципів його функціонування та поширення даної інформації підвищують ефективність використання цього інструменту і дають змогу реалізовуватися новим проєктам. Дане дослідження має на меті розроблення рекомендації щодо підвищення ефективності краудфандингу та його використання. У статті розглянуто теоретичні засади та зроблено порівняльну характеристику джерел фінансування малого бізнесу, розкрито економічну сутність краудфандингу і досліджено принципи та механізм його функціонування. Виконано оцінку світового досвіду фінансування малого бізнесу за допомогою краудфандингу та проаналізовано наявні краудфандингові платформи, здійснено порівняльний аналіз платформ. Значну частину уваги приділено стану розвитку краудфандингу на території України. Як підсумок проведеного аналізу та групування ключової інформації розроблено власний краудфандинговий проєкт і сформульовано рекомендації щодо підвищення ефективності краудфандингу.

Ключові слова: краудфандинг, проєкт, фінансування, малий бізнес, інвестування, механізм, інформаційна економіка, краудфандингова платформа.

Постановка проблеми. Світовий досвід указує на те, що сьогодні малі підприємства відіграють одну з ключових ролей в економіці держав. Саме підприємства малого бізнесу створюють найбільшу кількість робочих місць, відповідно, вони забезпечують основне джерело доходу для значної частини населення. Ці підприємства є більш гнучкими та динамічними, тому вони одними з перших починають використовувати сучасні технології, чим, своєю чергою, підвищують конкурентоспроможність економіки держави. Очевидно, що для забезпечення безперервної діяльності підприємства і виконання ним виробничого плану необхідно мати в розпорядженні достатню кількість фінансових ресурсів. У тому разі, якщо підприємство відчуває брак фінансових ресурсів, воно намагатиметься виконати відповідні дії з метою залучення додаткового фінансування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вчені, які розглядали це питання, загалом сходяться на думці, що краудфандинг є інноваційним інструментом, за допомогою якого суб'єкти можуть добровільно об'єднувати власні ресурси, як правило, завдяки Інтернету, задля реалізації певного проєкту. Методологічні аспекти краудфандингу досліджувалися такими вченими, як П.М. Рубанов, О.З. Угольков, Н.І. Волкова, В.І. Варцаба, Н. Версаль, Г. Шолохова, Л.В. Єлісеєва та ін. Слід зазначити, що, незважаючи на значну кількість публікацій із цієї теми, існує необхідність оцінки потенціалу використання краудфандингу для фінансу-

вання малого бізнесу в умовах інформаційної економіки. До того ж доцільно дослідити рівень обізнаності населення щодо краудфандингу і запропонувати приклад опису крауд-проєкту.

Мета статті полягає у дослідженні тенденцій розвитку краудфандингу в Україні.

Виклад основного матеріалу. Оскільки внаслідок процесів глобалізації переважна більшість економік країн світу має більш тісний зв'язок, процеси та явища, котрі виникають у певній точці світу, можуть із легкістю протягом відносно короткого терміну часу «перекочувати» в будь-яку іншу точку Земної кулі. Особливо подібна інтенсивність поширення притаманна високотехнологічним розробкам, до яких можна віднести й явище краудфандингу. Цілком зрозуміло, що подібне явище не могло оминати Україну, хоча почало свій розвиток із запізненням та й фактично досі знаходиться на початковій стадії.

Краудфандинг як джерело фінансування для малого бізнесу являє собою дієвий механізм, завдяки якому розробники ідей можуть представити власний проєкт широкому колу інвесторів, а останні, своєю чергою, мають можливість взяти участь у реалізації певного проєкту шляхом інвестування, або ж пожертвування, власних ресурсів, найчастіше якими виступають фінансові. Краудфандинг за своїми характеристиками не поступається своїм альтернативам, а за певними показниками є значно ефективнішим та зручнішим. Для кращої наочності вважаємо за доцільне проана-

лізувати економічну сутність поняття «краудфандинг» (табл. 1).

Є очевидним, що позичальник буде більш охоче використовувати те фінансування, за котре доведеться сплачувати якомога меншу величину комісійних платежів. За даним критерієм передбачувано найкращими варіантами є залучення фінансування з боку державних та/або міжнародних програм та краудфандинг. Проаналізувавши відповідні наукові джерела, можна помітити, що вчені по-різному класифікують джерела фінансування малого бізнесу. Причому варто зауважити, що відмінності між класифікаціями полягають не лише у відмінностях найменувань, а й у різному трактуванні цих найменувань. Доволі лаконічним, коректним та достатньо змістовним є підхід до визначення джерел фінансування підприємств малого бізнесу П.М. Рубанова [11], котрий виділив шість груп у даній класифікації: самофінансування (мається на увазі використання власного прибутку та амортизаційного фонду); фінансово-кредитний ринок (являє собою запозичення необхідної кількості фінансів у кредиторів); державне фінансування (проявляється у формі державної підтримки та грантів від держави на розвиток підприємства); ресурси міжнародних фондів та організацій (залучення фінансів із боку спеціалізованих закордонних структур); фондовий ринок (надходження фінансів відбувається внаслідок удалих дій на ринку цінних паперів) та ресурси приватних осіб (залучення може відбуватися у різних форматах та формах, але забезпечується переданням власних коштів приватними особами підприємству). Здебільшого науковці сходяться на тому, що виділяються три види джерел фінансування: власні (вони ж і є внутрішніми), залучені та позикові (які є зовнішніми). Також доволі часто під час аналізу наукової літератури можна помітити розподіл на традиційні та альтернативні

джерела фінансування підприємства. До традиційних прийнято відносити: власні внутрішні джерела, власні зовнішні (приріст статутного капіталу, стійкі пасиви, безоплатно надані кошти) та позикові (банківські, лізингові, комерційні кредити, факторинг і форфейтинг та емісія боргових цінних паперів). Водночас альтернативними джерелами фінансування прийнято вважати: акціонерний краудфандинг, краудфандинг на умовах участі в прибутку, peer-to-peer (прямі залучення від фізичних або юридичних осіб) позики, балансові позики, онлайн-факторинг.

Отже, аналіз свідчить про те, що краудфандинг має низку очевидних переваг перед іншими інноваційними альтернативами джерел фінансування, причому за більшістю критеріїв (табл. 2). Основною перевагою є те, що кожен кредитор має змогу підлаштуватися під особливі умови кожного позичальника, пропонуючи йому умови фінансування, котрі задовольнять обидві сторони. Звісно, під час вибору джерела додаткового фінансування варто враховувати специфіку кожного окремого проекту чи підприємства, адже за певних умов якийсь вид фінансування буде більш доцільним порівняно зі своїми альтернативами.

У процесі діяльності краудфандингу як платформи для збору коштів задіяно три сторони (інстанції, котрі взаємодіють): Інтернет-платформа, розробники та інвестори. Ключовим складником краудфандингу як джерела фінансування виступають власне Інтернет-платформи краудфандингу, тому що саме вони дають можливість задовольнити потреби обох сторін, розробників та інвесторів та значно спрощують даний процес. Одними з перших, котрі й досі знаходяться серед лідерів, були Kickstarter та IndieGoGo, створені у 2008–2009 рр. Окрім двох вищевказаних платформ, до найбільш потужних та популярних відносять Crowdfunde, RocketHub, FundRazr, Ulule, FundedByMe,

Таблиця 1 – Трактування поняття «краудфандинг» у наукових працях

Джерело	Визначення
О.В. Васильєв, С.С. Матющенко [1]	Механізм залучення фінансування від широких мас із метою реалізації проєкту
О.В. Корнух, Ю.А. Донських [2]	Засіб залучення коштів за допомогою натовпу
І.М. Манаєнко, А.С. Діденко [3]	Коллективна співпраця людей, які добровільно об'єднують власні ресурси, як правило, через віртуальну мережу, задля підтримки зусиль інших людей чи організацій
Н.С. Меджибовська [4]	Функція колективного фінансування, що дає змогу звичайним людям стати учасниками (інвесторами) спільного проєкту
Д.В. Попович, Н.В. Назар, Н.В. Савчин [5]	Співпраця, кооперація людей, які добровільно надають фінансову підтримку стартапу, інноваційному проєкту, ідеї або організації
Н.І. Ситник [6]	Модель найбільш демократичного фінансування нових чи вже існуючих проєктів за рахунок добровільних внесків численних інвесторів (спонсорів чи бекерів), які отримують за це матеріальну чи нематеріальну винагороду
З.О. Тягунова, В.М. Бондаренко [7]	Інноваційна форма інвестування
Дж. Хау [8]	Коллективне співробітництво людей (донорів), які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило, через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій (реципієнтів)
О.М. Шевченко, О.О. Казак [9]	інноваційний інструмент, що дає змогу залучати через Інтернет у великій кількості людей (приватних інвесторів) гроші для реалізації ідей і проєктів цифрової економіки
Т.В. Щегловська, О.І. Кокорська [10]	Новий спосіб фінансування різного спрямування проєктів та ідей

Джерело: узагальнено авторами

Таблиця 2 – Порівняльна характеристика джерел фінансування підприємств малого бізнесу

Показники	Джерела фінансування		
	Краудфандинг	«Бізнес-янголі»	Венчурне фінансування
Часові рамки прийняття рішення інвестором	До 1 місяця	Понад 1 місяць	Понад 1 місяць
Вартість фінансування	Комісія 5-10% + (інколи) частка в капіталі	Частка в капіталі + дивіденди	Частка в капіталі + дивіденди
Кількість учасників	Велика кількість	1 або синдикат бізнес-янголів	Венчурна компанія
Середня сума фінансування	10–500 тис дол. США	25–200 тис або до 1 млн дол. США	800–25 000 тис США
Участь інвестора в управлінні	Не бере участі	Не завжди бере участь	Участь у раді керуючих
Величина ризику для інвесторів	Низький ризик	Середній ризик	Високий ризик
Термін одержання прибутку	2-3 роки	2-5 років	3-7 років

Джерело: систематизовано авторами на основі [12]

МуMicroinvest, Symbid, котрі були створені у провідних країнах Західної Європи та Північної Америки. Якщо обрахувати показники діяльності платформ, з'ясуємо, що загалом фінансування здійснювало понад 70 млн осіб, причому майже третина з них (31,7%) брали участь у фінансуванні приватних двічі. Лише на платформі Kickstarter, котра є найбільшою, було розміщено близько 500 тис проєктів, з яких 35% профінансувалися у повному обсязі. Очевидно, що за всього позитивного ефекту та всіх переваг використання краудфандингових платформ для залучення фінансування не всі проєкти здатні зацікавити приватних інвесторів своїми ідеями. Таким чином, як бачимо, перспективи розвитку та можливості, які краудфандинг може надати як спонсорам, так і проєктам в умовах інформаційної економіки, дуже великі, що свідчить про доцільність оцінки потенціалу краудфандингу в українських реаліях.

Першою вітчизняною платформою краудфандингу була «Українська біржа благодійності», котра в 2020 р. перейменувалася на Dobro.ua. Дана платформа є фактично місцем для реалізації благодійних проєктів, оскільки розміщує лише ідеї, що спрямовані на поліпшення соціальної інфраструктури на території України. Інвестори, тобто особи, котрі звертаються до подібних ресурсів із метою допомоги реалізувати той чи інший проєкт, котрих у даному разі цілком доречно вважати за благодійників, очевидно, не отримують жодної матеріальної компенсації, проте мають змогу вивчити звіт використаних коштів того проєкту, котрому вони допомогли. Незважаючи на дану специфіку платформи, вона є найбільш популярною та масштабною серед українських (табл. 3).

Проаналізувавши наведені дані, слід виділити декілька тенденцій розвитку ринку краудфандингу в Україні:

– розмір внеску за розміщення власного проєкту на українській платформі є в два-три рази меншим порів-

няно із зарубіжними, що «відсіює» частину проєктів, котрим не вдається дотриматися даних вимог;

– кількість підтриманих проєктів варіюється не в останню чергу через те, що існує різниця у принципах та сферах функціонування різних платформ;

– іноземні інвестори здатні вносити свої кошти в значно більшому обсязі починаючи від 2–2,5 разів.

Ще одним чинником, що підтверджує зародкову стадію розвитку краудфандингу в Україні, є результати соціопитування, проведеного авторами статті під час її написання. Із 58 респондентів лише 38 чули про таке поняття, як «краудфандинг». Із тих, хто зустрічав даний термін у своєму житті, лише 32 знають про функціональне призначення краудфандингу, що становить 55,2%. Лише 50,9% опитаних вважають дане джерело залучення фінансування не менш ефективним, ніж його альтернативи. Водночас лише 46,4% від усіх респондентів розглядали або ж розглядають можливість використання платформ краудфандингу, а 47,4% із них оцінюють імовірність того, що скористаються платформами, в 3 бали (де 1 – «точно не скористаюся», а 5 – «точно скористаюся»). Подібні результати свідчать про недостатню обізнаність та внаслідок цього недостатню зацікавленість про призначення, функціонування, сутність та, власне, сам механізм функціонування краудфандингових платформ.

Дана група респондентів також мала можливість вибрати складники процесу публікування краудфандингових проєктів, котрі з найбільшою ймовірністю можуть бути причиною успіху даного проєкту (рис. 1).

Також цікавим є результат відповідей на питання, чого саме не вистачає респонденту, аби почати інвестувати свої кошти у проєкти, що реалізуються за допомогою краудфандингових платформ (мали право вибрати декілька варіантів): так, 40,4% респондентів указали, що їм бракує фінансових ресурсів, аби почати займа-

Таблиця 3 – Потенціал українського ринку краудфандингу

Назва платформи	Кількість підтриманих кампаній	Сума зібраних коштів, дол. США	Кількість добровольців	Рік заснування платформи	Внесок за розміщення проєкту
УББ (dobro.ua)	5911	12 326 966	995 010	2011	0%
Спільнокошт	156	367 551	21 448	2012	10-15%
Kickstarter	195 641	5 552 339 622	19 147 158	2009	5%
IndieGoGo	800 000	2 736 037 451	9 472 032	2008	5%

Джерело: систематизовано авторами

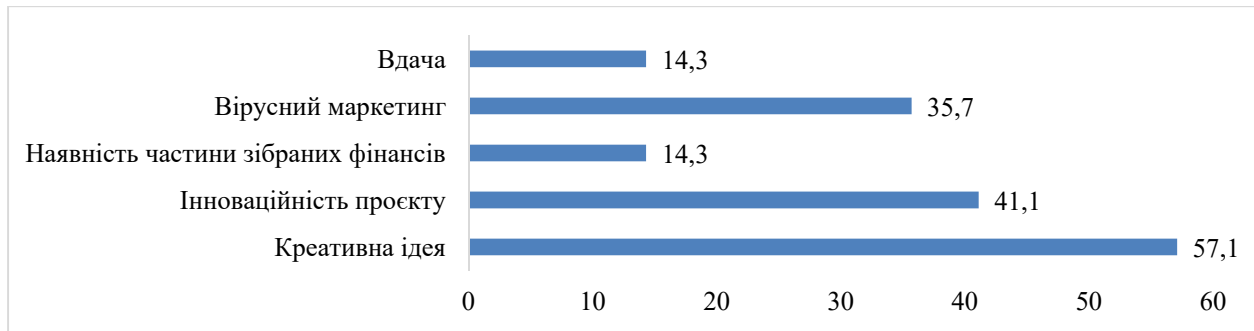


Рисунок 1 – Результати опитування респондентів щодо обізнаності з питань краудфіндингу, %

* респонденти мали право вибрати декілька із запропонованих варіантів, 2021 р.

Джерело: розроблено авторами

тися подібною діяльністю; 31,6% запевнили, що недостатньо бажання та мотивації, щоб почати інвестувати, зокрема у подібні проєкти; 38,6% стверджують, що кількість поширеної інформації про явище краудфіндингу та її якість є недостатньою, що є однією з причин низької активності інвесторів. Ще 22,8% спираються на те, що їм бракує часу, аби відслідковувати та знаходити проєкти та інформацію про них (опитування проводилося серед людей різних вікових груп та соціальних статусів).

Нами було зроблено спробу наочно зобразити всю інформацію, котру необхідно мати, з метою публікації

власної ідеї на краудфіндинговій платформі. Для цього запропоновано такий проєкт (табл. 4).

Таким чином, слід підсумувати, що краудфіндинг удало інтегруватися в процес фінансування малого бізнесу і нині відіграє одну з ключових ролей, не в останню чергу завдяки своїй ефективності. Пропонуємо деякі рекомендації для початківців із метою ефективної реалізації крауд-проєктів (рис. 2).

Отже, використання краудфіндингових платформ будь-якого типу зі своєрідними правилами та принципами має водночас і низку переваг, і низку ускладнень для кожного окремо взятого проєкту. Власне, для

Таблиця 4 – Приклад опису крауд-проєкту «Фенікс» для подання заявки

№	Складник опису	Опис
1	2	3
1	Сутність проєкту	Створення та виготовлення папок-боксів (захисних «чохлів») зі стійкого до вогню матеріалу – революція у сфері захисту паперових носіїв інформації. Результати реалізації проєкту – захисні папки-бокси – будуть використовуватися в повсякденному житті і забезпечать надійне збереження паперових документів та результатів історичної і культурної діяльності людства від знищення їх вогнем
2	Актуальність	Уявимо, що певна особа виявила бажання вивчити власний родовід з інформації, котра зберігається в архівах. Інша планує транспортувати цінні витвори мистецтва на доволі велику відстань. Третя залишає важливі документи в паперовому вигляді у своєму помешканні на тривалий термін. А тепер уявимо, що всі ці особи можуть утратити важливі для себе речі виключно через неконтрольовану силу вогню, що зруйнувала носії тієї чи іншої цінності
3	Проблематика	Кожна людина протягом свого життя наращує кількість важливих документів, надбань інтелектуальної праці та творчості і має на меті зберегти дані матеріали протягом якомога можливо довшого терміну. Однак паралельно із цим існують явища, котрі спроможні зруйнувати подібні матеріали, й одним із таких є вогонь. Якщо даний проєкт буде втілено, людство отримає інструмент, за допомогою якого матиме змогу гарантовано вберегти вищевказані матеріали від згубної дії вогню
4	Ідея	Рішення зазначеної проблеми полягає у виготовленні папок-боксів зі стійкого до впливу вогню матеріалу (синтетичні модакрилові волокна), котрий унеможливило запалення об'єктів, що розміщуються всередині «чохлу», тим самим зберігає їхню цілісність та цінність упродовж впливу дії вогню
5	Мета	Збереження першоджерельної інформації про суспільну діяльність та її результати протягом усієї історії, причому усіх рівнів важливості, для забезпечення повноти картини та достовірності цієї інформації без утрачених складників для майбутніх поколінь
6	Механізм	Зазначена проблема вирішуватиметься поетапно за таким алгоритмом: налагодження остаточних партнерських відносин зі спеціалізованими організаціями; доопрацювання властивостей матеріалу, який буде основою майбутніх захисних папок-боксів; кінцеве тестування розробок та затвердження розробок; пошук «чохлів» найбільш уживаних параметрів; популяризація інформації про проєкт, налагодження контакту з новими споживачами; продаж технологій новим виробникам та забезпечення соціальних інституцій відповідними папками-боксами
7	Команда	Над реалізацією проєкту працюватиме команда з 4 людей з чітким розподілом обов'язків та зон відповідальності: 1) контроль діяльності підрядників та ведення звітності про результати проєкту; 2) проведення маркетингових кампаній; 3) ведення перемовин з потенційними партнерами та крупними споживачами; 4) контроль стану справ усередині проєкту та ведення фінансової звітності

1	2	3
8	Бюджет проекту	Для успішної реалізації проекту необхідно залучити фінансування в розмірі 82 тис дол. США. Дана сума включає в себе розмір коштів, необхідних для втілення усіх процесів, та комісію платформи Kickstarter, котра становить 5% від зібраної суми. Для доопрацювання матеріалу майбутніх «чохлів» та проведення остаточного тестування-випробування необхідно близько 23 тис дол. США. Цей етап включає в себе співпрацю з підрядниками, що спеціалізуються на розробленні новітніх матеріалів, та організацію власне самого тестування. Задля проведення достатньо успішної маркетингової кампанії необхідно залучити близько 12–14 тис дол. США, сама кампанія включатиме поширення інформації про проект на спеціалізованих форумах (у тому числі онлайн), регулярну публікацію відомостей про проект у тематичних спільнотах у соціальних мережах та розроблення власних медіа-ресурсів (сайт, сторінки проекту в соціальних мережах). Найбільшою статтею витрат даного проекту є власне саме поширення «чохлів», котре здійснюватиметься компанією-підрядником; замовлення початкової партії коштує 35 тис дол. США. Решта ресурсів забезпечуватиме внутрішнє функціонування проекту та використовуватися у разі непередбачуваних ситуацій чи додаткових витрат.
9	Додаткова інформація	Більшість документів зберігається сьогодні в паперовому вигляді, причому не тільки в спеціалізованих установах, а й у фізичних осіб. Останні зберігають оригінали усіх своїх важливих документів у домашніх умовах, і ризик того, що вони можуть бути знищені через пожежі, завжди залишається на одному й тому ж рівні. Відповідно, якщо кожне домогосподарство могло б захистити свої важливі «папери» від вогню, зменшувалася б кількість звернень стосовно відновлення цих самих документів, а це, своєю чергою, допомагало б пришвидшувати процеси діджиталізації, оскільки не було б потреби завіряти документи та розглядати індивідуальну справу тієї чи іншої особи. Якщо розглядати інші категорії предметів, котрі можна захистити за допомогою цих, то варто зазначити, що за допомогою подібних захисних «чохлів» можна починати зберігати інформацію в архівах, оскільки в разі пожежі населення втрачає значну частину інформації, котру можна було б аналізувати, вивчати та використовувати в подальшому. Також доцільно було б захищати витвори мистецтва в подібних папках-боксах, тому що вони несуть не тільки фізичну, а й мають не меншу культурну та історичну цінність, котру необхідно зберегти для майбутніх поколінь. Не варто забувати про навмисні знищення документів та предметів людської спадщини. Використовуючи подібний захист таких речей, можна вберегти усю найважливішу інформацію від рук зловмисників, котрі хочуть легким шляхом усунути докази чи завдати шкоди своїм опонентам

Джерело: запропоновано авторами

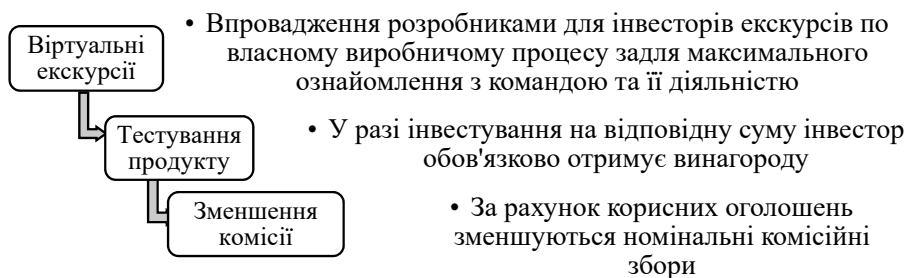


Рисунок 2 – Схематичне зображення ключових рекомендацій для ефективного просування крауд-проектів

Джерело: розроблено авторами

того щоб кожна команда розробників мала можливість вибрати умови залучення допомоги, максимально близькі до тих, котрі є для них бажаними, було створено значну кількість відмінних між собою платформ. Тому проект варто розміщувати не на тій платформі, котра є найбільш популярною або найбільш масштабною, а на тій, яка концентрує у собі найбільшу кількість інвесторів, кому потенційно буде цікавий даний проект. Таким чином, можемо підвести підсумок, що краудфандинг є прогресивним явищем, яке дає змогу не лише перевірити рівень актуальності та важливості своєї ідеї, а й сприяє її динамічній реалізації. Масові успішні проекти мають позитивний вплив на розвиток малого бізнесу і поліпшують економічний стан певного регіону.

Висновки. Сьогодні краудфандингові платформи успішно допомагають реалізовувати проекти з різних сфер суспільної діяльності. Незважаючи на наявність

успішних кейсів в Україні, рівень розвитку краудфандингу в нашій державі залишається на початковій стадії. Ми не маємо широкого вибору вітчизняних спеціалізованих платформ, але значно впливовішими причинами подібного рівня є неспроможність та неготовність громадян України в переважній своїй кількості брати участь у реалізації краудфандингових проектів, причому як розробники, так й інвестори. Виконано аналіз підходів до трактування терміна «краудфандинг». Доведено, що сучасні науковці розглядають це явище як колективне співробітництво людей, технологію залучення коштів, інноваційну форму інвестування, механізм фінансування тощо. Виконано порівняльну характеристику джерел фінансування підприємств малого бізнесу. Доведено, що краудфандинг є достатньо молодим явищем та, відповідно, достатньо прогресивним. Зроблено оцінку потенціалу українського ринку краудфандингу та виділено тенденції

розвитку ринку краудфандингу в Україні. Проведено опитування респондентів, завдяки якому з'ясовано, що більшість із них вважає запорукою успіху крауд-проєкту наявність креативної ідеї, інноваційного продукту та вірусного маркетингу. Опитування виявило неготовність більшості респондентів до подання крауд-заявки, що свідчить про існування певного інформаційного вакууму у цій темі. Із цією метою у статті запропо-

новано приклад опису авторського крауд-проєкту для подання заявки. Проведений аналіз свідчить: не можна сказати, що механізм функціонування краудфандингу є недовим чи малоефективним – сотні успішно реалізованих проєктів доведуть зворотне. Проте, як і більшість явищ, краудфандинг має площину для розвитку та поліпшення своєї діяльності, що є перспективою подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Васильєв О.В., Матющенко С.С. Краудфандинг – сучасний інструмент фінансування розвитку інтелектуального капіталу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 18. С. 36–40.
2. Корнух О.В., Донських Ю.А. Краудфандинг як інноваційне джерело фінансування в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. С. 16–21.
3. Манасенко І.М., Діденко А.С. Краудфандинг як інноваційний інструмент розвитку бізнесу. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2017. № 11. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102780> (дата звернення: 21.02.2021).
4. Меджибовська Н.С. Краудфандинг для малого бізнесу: міф чи реальність? *Економіка України*. 2016. № 10. С. 20–33.
5. Попович Д.В., Назар Н.В., Савчин Н.В. Краудфандинг як новітній спосіб фінансування в Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 10. С. 873–876.
6. Ситник Н.І. Краудфандинг: нові можливості та тренди. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. № 41. С. 187–192.
7. Тягунова З.О., Бондаренко В.М. Краудфандинг: світовий досвід та практика. *Інноваційна економіка*. 2015. № 3(58). С. 25–32.
8. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. Москва : Альпина Паблицер, 2012. 288 с.
9. Шевченко О.М., Казак О.О. Розвиток краудфандингу в умовах цифрової трансформації економіки України. *Ефективна економіка*. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3_2019/45.pdf (дата звернення: 25.02.2021).
10. Щегловська Т.В., Кокорська О.І. Краудфандинг у світовому медіапросторі. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2018. Т. 1. № 10. С. 123–127.
11. Рубанов П.М. Альтернативне онлайн-фінансування для малого підприємництва: крос-країновий аналіз. *Інвестиційно-інноваційна діяльність : матеріали міжнар. наук.-прак. конф.* 2017. С. 89–95.
12. Версаль Н., Шолохова Г. Переваги та недоліки зовнішніх джерел фінансування малих і середніх підприємств в Україні. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2020. С. 182–194.

References:

1. Vasilev O.V., Matjushhenko S.S. (2016) Kraudfandynh – suchasnyi instrument finansuvannia rozvytku intelektualnoho kapitalu [Crowdfunding is a modern instrument for financing the development of intellectual capital]. *Investicii: praktika ta dosvid*, vol. 18, pp. 36–40.
2. Kornukh O.V., Dons'kykh Yu.A. (2018) Kraudfandynh yak innovatsiinyi instrument rozvytku biznesu [Kraudfanding as an innovative source of funding in Ukraine]. *Efektivna ekonomika*, vol. 11, pp. 16–21.
3. Manaienko I.M., Didenko A.S. (2017) Kraudfandynh yak innovatsiinyi instrument rozvytku biznesu [Crowdfunding as an innovative tool for business development]. *Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia : zbirnyk naukovykh prats molodykh vchenykh*, no. № 11. Available at: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102780> (accessed 21 February 2021).
4. Medzhybovska N.S. (2016) Kraudfandynh dlia maloho biznesu: mif chy realist? [Crowdfunding for small businesses: myth or reality?] *Ekonomika Ukrainy*, no. 10, pp. 20–33.
5. Popovych D.V., Nazar N.V., Savchyn N.V. (2018) Kraudfandynh yak novitnii sposib finansuvannia v Ukraini [Crowdfunding as the newest way of financing in Ukraine]. *Molodyi vchenyi*, no. 10, pp. 873–876.
6. Sytnyk N.I. (2018) Kraudfandynh: novi mozhlyvosti ta trendy [Crowdfunding: new opportunities and trends]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, no. 41. pp. 187–192.
7. Tiahunova Z.O., Bondarenko V.M. (2015) Kraudfandynh: svitovyi dosvid ta praktyka [Crowdfunding: international experience and practice]. *Innovatsijna ekonomika*, vol. 3 (58), pp. 25–32.
8. Hau Dzh. (2012) Kraudsorsing. Kollektivnyj rozum kak instrument razvitija biznesa [Crowdsourcing Collective intelligence as a business development tool]. Moscow: Al'pina Pablischer. (in Russian)
9. Shevchenko O.M., Kazak O.O. (2019) Rozvytok kraudfandynhu v umovakh tsyfrovoi transformatsii ekonomiky Ukrainy [Development of crowdfunding in the context of digital transformation of Ukraine's economy]. *Efektivna ekonomika*. Available at: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3_2019/45.pdf (accessed 25 February 2021).
10. Schehlovska T.V., Kokorska O.I. (2018) Kraudfandynh u svitovomu mediaprostori [Crawfanding in the global media space]. *Visnyk students'koho naukovohto tovarystva Donetskoho natsionalnoho universytetu imeni Vasylia Stusa*, vol. 10, pp. 123–127.
11. Rubanov P.M. (2017) Alternatyvne onlain-finansuvannia dlia maloho pidpriemnytstva: kros-krainovyi analiz [Alternative online financing for small businesses: a cross-country analysis]. *Investytsiino-innovatsiina diialnist: materialy mizhnar. nauk.-prak. conf.*, pp. 89–95.
12. Versal N., Sholokhova H. (2020). Perevahy ta nedoliky zovnishnikh dzherel finansuvannia malykh i serednikh pidpriemstv v Ukraini [Advantages and disadvantages of external sources of financing of small and medium enterprises in Ukraine]. *Ekonomichni chasopys Skhidnoevropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, pp. 182–194.

Akhnovska Inna, Levchenko Oleksandr
Vasyl' Stus Donetsk National University

DEVELOPMENT OF CROWDFUNDING FOR FINANCING SMALL BUSINESS IN THE CONDITION OF INFORMATION ECONOMY

Crowdfunding is one of the most popular sources of funding for small business projects, as well as one that is developing most dynamically. Studying the principles of its operation and dissemination of this information increases the efficiency of this tool and allows new projects to be implemented. This study aims to develop recommendations for improving the efficiency of crowdfunding and its use. In the course of writing the article the theoretical bases were considered and the comparative characteristic of sources of financing of small business was developed; the economic essence of crowdfunding was revealed and the principles and mechanism of its functioning were studied. The global experience of small business financing through crowdfunding was also evaluated and the existing crowdfunding platforms were analyzed and a comparative analysis of the platforms was created. Much attention was paid to the state of development of crowdfunding as a phenomenon in Ukraine. The purpose of the article is to develop recommendations for improving the efficiency of crowdfunding and its use. In the process of performing work the following general scientific and special research methods were used, in particular: analysis; synthesis; comparison; deduction, system approach. The scientific novelty of the work is the accumulation of key information about crowdfunding and its platform, the description of the mechanism of crowdfunding in the information economy, as well as the development of its own project for its potential publication on the crowdfunding platform. The practical significance of the obtained results lies in the proposal to implement a number of recommendations to improve the efficiency of crowdfunding platforms and to present all the specifics of this source of funding. Three key recommendations for improving this indicator: First, introduction by developers for investors of a tour of their own production process in order to get acquainted with the team and its activities. Second, when investing in the appropriate amount, the investor must receive at least a simplified version of the product, which significantly increases the likelihood of re-investment by the same investor. Third, useful ads from people who offer their professional services, which can be used by the developers themselves to improve their product, can potentially reduce nominal commissions, as the crowdfunding platform will receive additional income and become more popular.

Key words: crowdfunding, project, financing, small business, investing, mechanism, information economy, crowdfunding platform.

JEL classification: D14, D22, D31, G21, L26
