

Хмельницький національний університет
Факультет міжнародних відносин та права
Кафедра міжнародних економічних відносин

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавр
Освітній рівень
Галузь знань 29 Міжнародні відносини
Шифр і назва галузі
Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини
Шифр і назва спеціальності
Освітня програма Міжнародна логістика та митна справа

На тему «Розвиток крауд-технології в світі та Україні»

Виконав:	студентка 4 курсу, гр. МЛМСз-21-1	_____	_____	<u>Ольга Горovenко</u>
		Підпис		Ініціали, прізвище
Керівник:	д.е.н., професор	_____	_____	<u>Альона МЕЛЬНИК</u>
		Підпис	Дата	Ініціали, прізвище
До захисту допускаю:				
В.о. зав. кафедри МЕВ	д.е.н., професор	_____	_____	<u>Дмитро ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ</u>
		Підпис	Дата	Ініціали, прізвище

_____ 2025 р.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота студента на тему «Розвиток крауд-технології в світі та Україні» містить 58 сторінок, 6 таблиць, 2 рисунки, список літератури з 67 найменувань.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо впровадження крауд-технологій у діяльність підприємства для підвищення ефективності бізнес-процесів і зміцнення конкурентних позицій.

Визначені такі завдання:

- дослідити сутність і класифікацію крауд-технологій;
- проаналізувати сучасні тенденції розвитку крауд-моделей в Україні та світі;
- систематизувати підходи до оцінки ефективності впровадження крауд-технологій;
- оцінити готовність підприємства до впровадження крауд-платформи.

Об'єкт дослідження — процеси впровадження крауд-технологій у діяльність підприємств.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні, концептуальні, методичні та прикладні засади крауд-технологій.

Інструментарій: наукові дослідження вітчизняних і закордонних учених, інтернет-бази даних, вітчизняні та міжнародні законодавчі і нормативні акти, підручники, монографії, звіти аналітичних компаній тощо.

Ключові слова: крауд-технології, трансфер технологій, міжнародний трансфер технологій, краудсорсинг, краудфандинг, цифрова економіка, інновації.

ANNOTATION

The student's qualification work on the topic "Development of crowd technologies in the world and Ukraine"

contains 58 pages, 6 tables, 2 figures, a list of references with 67 titles.

The purpose of the study is the theoretical justification and development of practical recommendations for the implementation of crowd technologies in the activities of the enterprise to increase the efficiency of business processes and strengthen competitive positions.

The following tasks have been identified:

- to investigate the essence and classification of crowd technologies;
- to analyze current trends in the development of crowd models in Ukraine and the world;
- to systematize approaches to assessing the effectiveness of the implementation of crowd technologies;
- to assess the readiness of the enterprise to implement a crowd platform.

The object of the study is the processes of implementing crowd technologies in the activities of enterprises.

The subject of the study is the theoretical, methodological, conceptual, methodological and applied principles of crowd technologies.

Tools: scientific research by domestic and foreign scientists, Internet databases, domestic and international legislative and regulatory acts, textbooks, monographs, reports of analytical companies, etc.
Keywords: crowd technologies, technology transfer, international technology transfer, crowdsourcing, crowdfunding, digital economy, innovation.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	7
1.1. Сутність, види та особливості крауд-технологій в умовах цифрової економіки.....	7
1.2. Світові та вітчизняні тенденції розвитку крауд-технологій.....	18
1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності впровадження крауд-технологій у діяльність підприємств.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПРОВАДЖЕННЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ	38
2.1. Світові тенденції впровадження крауд-технологій	38
2.2. Особливості реалізації крауд-технології в Україні	41
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	47
3.1. Формування стратегії впровадження крауд-технологій у діяльність підприємств.....	47
3.2. Розробка проекту впровадження крауд-платформи для залучення зовнішніх ресурсів	49
3.3. Економічне обґрунтування та оцінка ефективності запропонованих заходів..	53
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58

ВСТУП

В умовах стрімкого розвитку цифрової економіки та глобалізаційних процесів підприємства постійно шукають інноваційні підходи до підвищення ефективності своєї діяльності, оптимізації бізнес-процесів та забезпечення конкурентних переваг. Особливої актуальності набувають технології, що дозволяють залучати зовнішні ресурси для вирішення бізнес-завдань, серед яких провідне місце займають крауд-технології, які революціонізують традиційні моделі ведення бізнесу.

Крауд-технології, як інноваційний інструмент взаємодії з широким колом зацікавлених осіб та потенційних партнерів, відкривають перед підприємствами унікальні можливості для мобілізації інтелектуальних, фінансових та інших ресурсів суспільства. Використання колективного інтелекту, краудсорсингу, краудфандингу та краудрекрутингу дозволяє компаніям суттєво розширити власні можливості, знизити витрати, прискорити інноваційні процеси та підвищити ефективність діяльності в цілому.

Особливої значущості впровадження крауд-технологій набуває для вітчизняних підприємств, які функціонують в умовах економічної нестабільності, обмеженості ресурсів та посилення конкурентної боротьби. Саме колективні методи залучення зовнішніх ресурсів можуть стати каталізатором трансформаційних змін у діяльності українських компаній та сприяти їх інтеграції у глобальне бізнес-середовище.

Теоретичні та практичні аспекти впровадження крауд-технологій розглядаються в працях таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як Дж. Хау, Й. Шумпетер та інші. Проте, незважаючи на значний науковий доробок, питання адаптації та впровадження крауд-технологій у діяльність конкретних підприємств з урахуванням галузевої специфіки та особливостей українського бізнес-середовища залишаються недостатньо дослідженими.

Актуальність обраної теми підтверджується також сучасними тенденціями розвитку світової економіки, де спостерігається експоненційне зростання ринку крауд-технологій. За оцінками експертів, глобальний ринок краудфінансування до 2025 року досягне обсягу в понад 300 млрд доларів США, а використання краудсорсингу стає невід'ємною частиною бізнес-стратегій провідних компаній світу. В Україні ці технології лише починають активно розвиватися, проте демонструють значний потенціал для трансформації бізнес-середовища.

Мета роботи — дослідити теоретичні основи, тенденції розвитку та методичні підходи до впровадження крауд-технологій у діяльність сучасних підприємств.

Об'єкт дослідження — процес впровадження крауд-технологій у діяльність підприємств.

Предмет дослідження — є теоретико-методологічні, концептуальні, методичні та прикладні засади крауд-технологій.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- дослідити сутність, види та особливості крауд-технологій в умовах цифрової економіки;
- проаналізувати світові та вітчизняні тенденції розвитку крауд-технологій;
- систематизувати методичні підходи до оцінки ефективності впровадження крауд-технологій у діяльність підприємств;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність підприємства та його конкурентні позиції на ринку;
- провести діагностику готовності підприємства до впровадження крауд-технологій;
- розробити стратегію впровадження крауд-технологій у діяльність підприємства;

- сформувати проєкт впровадження крауд-платформи для залучення зовнішніх ресурсів;
- здійснити економічне обґрунтування та оцінку ефективності запропонованих заходів.

Методи дослідження. Становлять загальнонаукові та спеціальні методи пізнання: системний підхід, методи аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, статистичний аналіз, SWOT-аналіз, фінансовий аналіз, експертні оцінки, проєктний підхід та економіко-математичне моделювання.

Інформаційна база роботи складають наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали наукових конференцій, нормативно-правові акти України, статистичні дані Державної служби статистики України, аналітичні звіти міжнародних організацій, інформаційні ресурси мережі Інтернет.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 58 сторінок, включаючи 6 таблиць, 2 рисунка. Список використаних джерел налічує 67 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Сутність, види та особливості крауд-технологій в умовах цифрової економіки

У контексті стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та глобалізаційних процесів, інтернет-технології демонструють безпрецедентну динаміку трансформації та диверсифікації. Серед інноваційних підходів до вирішення актуальних бізнес-завдань особливе місце посідають крауд-технології, які являють собою ефективний інструментарій залучення розподілених інтелектуальних, фінансових та трудових ресурсів широких мас для досягнення стратегічних та тактичних цілей сучасних підприємств. Етимологічно поняття крауд-технологій походить від англійського слова "crowd", що дослівно перекладається як "натовп" або "спільнота". Концептуальна основа даних технологій полягає у залученні значної кількості користувачів мережі Інтернет до вирішення визначених завдань без територіальних, часових, економічних, соціальних, корпоративних та інших обмежень, що характерні для традиційних бізнес-моделей. Це дозволяє констатувати трансформаційний характер крауд-технологій як інноваційних моделей організації діяльності підприємств у цифровому середовищі. Аналіз наукових підходів до трактування сутності крауд-технологій дозволяє виокремити декілька концептуальних позицій. Зокрема, Дж. Шуровьески визначає крауд-технології як "технології, що базуються на використанні соціальної взаємодії та колективному інтелекті" [1]. Дана дефініція акцентує увагу на соціально-інтелектуальній природі явища, однак недостатньо відображає прикладні аспекти його імплементації у бізнес середовищі. Більш практико-орієнтований підхід пропонує А. Церасо, трактуючи крауд-технології як "процес, в якому добровільні ініціативи окремих людей акумулюються для

реалізації загальної справи" [2]. Дане визначення висвітлює консолідаційний характер крауд-технологій, однак не повною мірою розкриває їх потенціал щодо оптимізації бізнес-процесів та забезпечення конкурентних переваг підприємств.

Засновники концепції краудсорсингу Дж. Хау та М. Робінсон інтерпретують крауд-технології як "використання колективного інтелекту та різноманітних форм участі групи людей у вирішенні творчих задач" [3]. Даний підхід підкреслює креативно-інтелектуальну компоненту явища, однак залишає поза увагою його організаційно-економічні аспекти. О.П. Панкрухін розглядає крауд-технології у контексті маркетингової діяльності, як "маркетингову діяльність, в якій споживач бере участь у процесах створення, оцінки й просування споживчих цінностей", що отримало назву "маркетинг співучасті" [4]. Така інтерпретація акцентує увагу на залученні споживачів до ланцюга створення вартості, проте звужує розуміння сутності крауд-технологій виключно до маркетингової площини.

Систематизація та критичний аналіз вищезазначених дефініцій дозволяє запропонувати авторське трактування крауд-технологій як інноваційних бізнес-моделей залучення розподілених людських, інтелектуальних, фінансових ресурсів широких мас для вирішення стратегічних та тактичних завдань підприємств на засадах добровільної участі, соціальної взаємодії та колективного інтелекту з використанням цифрових платформ та інструментів комунікації. Принципова відмінність крауд-технологій від традиційних підходів до організації діяльності підприємств полягає у трансформації моделі взаємодії "підприємство - споживач" з одностороннього формату до інтерактивної колаборації, де споживач виступає не лише пасивним отримувачем продукту чи послуги, але й активним учасником процесів створення цінності. Така трансформація обумовлена дією низки факторів, серед яких доцільно виокремити:

- демократизацію доступу до інформації, що забезпечує можливість самоосвіти, самоорганізації та обміну досвідом;

- глобалізаційні процеси, які нівелюють географічні бар'єри для переміщення товарів, послуг, капіталів та інформації;
- розвиток інструментів цифрової комунікації, що забезпечують можливість вільного спілкування та формування віртуальних спільнот;
- трансформацію споживчої поведінки та зростання рівня цифрової грамотності населення;
- інтенсифікацію конкуренції, що стимулює підприємства до пошуку інноваційних бізнес-моделей.

Аналіз сутнісних характеристик крауд-технологій дозволяє визначити їх ключові особливості:

- масовість (залучення значної кількості учасників);
 - відсутність територіальних обмежень (глобальний характер);
 - добровільність участі;
 - відсутність формальних трудових відносин;
 - використання цифрових платформ як середовища взаємодії;
 - синергетичний ефект від колективної взаємодії;
 - можливість значного скорочення часових та фінансових витрат.
- Типологізація крауд-технологій передбачає їх класифікацію за різними критеріями.

Найбільш поширеною є класифікація за функціональним призначенням, що дозволяє виокремити такі види:

- Краудсорсинг (англ. "crowdsourcing" від "crowd" – натовп і "sourcing" – підбір ресурсів) – технологія залучення інтелектуальних ресурсів широких мас для вирішення конкретних завдань шляхом публічної оферти без укладання трудового договору. Даний напрям крауд технологій вважається базовим, оскільки історично виник першим та став концептуальною основою для розвитку інших видів.
- Краудфандинг (англ. "crowdfunding" від "crowd" – натовп і "funding" – фінансування) – технологія залучення фінансових ресурсів від численних

добровільних спонсорів для реалізації інноваційних проектів, стартапів, соціальних ініціатив тощо. Дана технологія забезпечує демократизацію доступу до капіталу та диверсифікацію джерел фінансування.

- Краудмаркетинг – управління споживачами як спільнотою з метою досягнення маркетингових цілей підприємства. На відміну від традиційного маркетингу, де об'єктом управління є окремий споживач або масовий споживач, у краудмаркетингу об'єктом управління виступають спільноти, учасники яких активно взаємодіють між собою та створюють новий інформаційний простір.

- Краудворкінг (англ. "crowdworking" від "crowd" – натовп і "working" – робота) – залучення трудових ресурсів для виконання конкретних завдань через цифрові платформи без формального працевлаштування. Дана технологія дозволяє підприємствам оптимізувати трудові витрати та залучати спеціалістів з усього світу.

- Краудрекрутинг (англ. "crowdrecruiting" від "crowd" – натовп і "recruiting" – підбір персоналу) – технологія пошуку та відбору кваліфікованих працівників на основі їх участі у краудсорсингових проектах, що імітують реальні бізнес-процеси підприємства.

- Краудінвестинг (різновид краудфандингу) – колективне інвестування в проекти з метою отримання фінансової вигоди у вигляді частки від прибутку або акцій підприємства. На основі проведеного аналізу наукових джерел розроблено систематизовану класифікацію крауд-технологій за різними критеріями, що представлено у таблиці 1.1.

Класифікація крауд-технологій за різними критеріями

Класифікаційна ознака	Види крауд-технологій
За функціональним призначенням	Краудсорсинг, краудфандинг, краудмаркетинг, краудворкінг, краудрекрутинг, краудінвестинг
За сферою застосування	Виробничі, маркетингові, фінансові, кадрові, інноваційні, соціальні
За характером винагороди	Фінансові (з грошовою винагородою), нефінансові (без матеріальної винагороди)
За масштабом охоплення	Локальні, регіональні, національні, глобальні
За тривалістю застосування	Короткострокові, середньострокові, довгострокові
За кількістю задіяних учасників	Малі (до 100 осіб), середні (100-1000 осіб), великі (понад 1000 осіб)
За метою застосування	Комерційні, некомерційні, змішані

Джерело: розроблено студентом

Особливу увагу слід приділити дослідженню можливостей застосування крауд-технологій у різних функціональних сферах діяльності підприємств (табл. 1.2). Це дозволяє виявити потенційні напрями оптимізації бізнес-процесів та забезпечення конкурентних переваг.

Аналіз історичної ретроспективи розвитку крауд-технологій свідчить, що першим сформувався краудсорсинг, який згодом став концептуальною основою для диверсифікації та виникнення інших видів крауд-технологій. Термін "краудсорсинг" був запропонований Дж. Хау та М. Робінсоном у 2006 році для характеристики способу використання потенціалу широких мас [3]. У практичному вимірі краудсорсинг передбачає отримання необхідних послуг, ідей або контенту шляхом звернення до великих груп людей, переважно онлайн-спільнот.

Напрями застосування крауд-технологій у функціональних сферах діяльності підприємств

Функціональ на сфера	Технологія	Зміст	Результат
Виробнича	Краудворкінг	Залучення трудових ресурсів ззовні для виконання виробничих завдань через цифрові платформи	Скорочення часових та фінансових витрат, підвищення гнучкості виробничих процесів
Маркетингова	Краудсорсинг	Використання інтелектуальних ресурсів спільнот для розробки дизайну, логотипів, рекламних концепцій тощо	Генерування значної кількості ідей, підвищення якості маркетингових рішень
	Краудмаркетинг	Управління споживачами як спільнотою для реалізації комерційних інтересів підприємства	Розширення цільової аудиторії, підвищення лояльності споживачів, посилення ринкових позицій
Інноваційна	Краудсорсинг (відкриті інновації)	Залучення потенціалу широких мас для генерування інноваційних ідей	Диверсифікація джерел інновацій, прискорення інноваційних процесів
Фінансова	Краудфандинг	Залучення фінансових ресурсів від численних спонсорів для реалізації проєктів	Диверсифікація джерел фінансування, тестування попиту, формування спільноти лояльних споживачів
	Краудінвестинг	Залучення колективних інвестицій в обмін на частку в бізнесі або прибутку	Залучення капіталу без втрати операційного контролю, диверсифікація інвестиційних ризиків
Кадрова	Краудрекрутинг	Відбір працівників на основі їх участі у краудсорсингових проєктах	Оцінка реальних компетенцій кандидатів, формування ефективних команд

Джерело: удосконалено студентом

Ключовими перевагами краудсорсингу, що обумовлюють доцільність його імплементації у діяльність сучасних підприємств, є:

- простота впровадження через використання цифрових платформ;
- можливість створення глобального продукту;
- доступ до результатів праці необмеженої аудиторії;
- підвищення впізнаваності підприємства та посилення бренду;
- залучення талановитих фахівців без формального працевлаштування;
- використання нестандартних джерел інноваційних ідей;
- оптимізація витрат на вирішення специфічних завдань.

Важливим напрямом розвитку крауд-технологій є краудмаркетинг, який, за визначенням К.А. Полторака, являє собою "маркетингову діяльність у мережевих інтернет-спільнотах, засновану на використанні крауд-технологій, яка дозволяє здійснювати управління поведінкою споживача з метою досягнення цілей збуту" [5]. На відміну від традиційного маркетингу, де об'єктом управління виступає окремий споживач, у краудмаркетингу об'єктом управління є спільноти, учасники яких активно взаємодіють між собою та формують специфічний інформаційний простір.

Трансформація ролі сучасного споживача є ключовим фактором, що обумовлює актуальність краудмаркетингу. Відбувся перехід від моделі пасивного споживання до моделі активної участі, де споживач впливає як на процес виробництва, висловлюючи свої потреби та очікування, так і на популярність бренду через рекомендації та відгуки у цифровому середовищі. Серед факторів, що сприяли такій трансформації, доцільно виокремити:

- демократизацію доступу до інформації;
- глобалізаційні процеси;
- розвиток цифрових комунікацій;
- формування онлайн-спільнот споживачів.

Особливу увагу у контексті фінансового забезпечення діяльності сучасних підприємств заслуговує краудфандинг. За визначенням С.В. Волосович та А.В.

Василенко, краудфандинг – це "інструмент фінансування проектів шляхом відкритого заклику на основі матеріальної чи моральної зацікавленості потенційних спонсорів" [6]. Н.С. Меджибовська розглядає краудфандинг як "добровільну колективну співпрацю людей, спрямовану на фінансування зусиль інших людей або організацій (краудфандингових проектів), які представлені в Інтернеті на спеціалізованих сайтах (краудфандингових платформах), що є посередниками та організаторами їх взаємодії" [7].

У порівнянні з традиційними джерелами фінансування, краудфандинг має низку переваг:

- можливість залучення коштів без бюрократичних процедур;
- просування проекту паралельно з процесом фінансування;
- отримання зворотного зв'язку щодо затребуваності продукту;
- формування спільноти лояльних споживачів;
- тестування попиту перед масштабним виведенням продукту на ринок.

Краудфандинг є особливо перспективним для підприємств малого та середнього бізнесу, які часто стикаються з проблемами доступу до традиційних джерел фінансування. Крім того, у контексті децентралізації фінансової системи України, краудфандинг може стати ефективним інструментом фінансування проектів територіальних громад.

Для забезпечення підприємств необхідними трудовими ресурсами у цифровому середовищі активно розвиваються такі напрями крауд-технологій як краудворкінг та краудрекрутинг. Краудворкінг передбачає залучення трудових ресурсів для виконання конкретних завдань через спеціалізовані цифрові платформи. Процес відбувається шляхом передачі завдань значній кількості онлайн-працівників через посередника – цифрову платформу. Це дозволяє підприємствам залучати фахівців з усього світу без географічних обмежень та формального працевлаштування [8].

В Україні краудворкінг демонструє стрімкий розвиток. За даними дослідження, протягом 2013-2017 рр. наша країна посіла перше місце в Європі та четверте місце у світі за зайнятістю на цифрових платформах, а також перше місце у світі в "ІТ-фрилансі". Приблизно 3% вітчизняної робочої сили задіяні в онлайн-роботі, 18% офісних працівників в Україні мають практичний досвід роботи на цифрових платформах і прагнуть повністю перейти на неї, а 50% з них розглядають її як додаткове джерело доходу [9]. Водночас, стрімке зростання краудворкінгу створює ризики розширення тіньової економіки та нестандартної зайнятості, що потребує відповідного регуляторного реагування.

Краудрекрутинг є інноваційною технологією пошуку та відбору персоналу у соціальних мережах та цифрових платформах. Він передбачає відбір найбільш перспективних носіїв професійних компетенцій на основі показників їх роботи у краудсорсинговому проєкті, шляхом спостереження та оцінювання діяльності учасників у ситуації, що імітує робочий процес [10]. Використовуючи краудрекрутинг, підприємство реалізує краудсорсинговий проєкт, у процесі якого учасники, серед яких можуть бути як кандидати на вакантні посади, так і наявний персонал, мають можливість проявити свої професійні, організаційні та особистісні здібності у вирішенні бізнес-завдань.

Імплементация крауд-технологій у діяльність сучасних підприємств обумовлена низкою факторів, серед яких доцільно виокремити:

- глобалізаційні процеси та посилення конкуренції;
- розвиток цифрових технологій та інструментів комунікації;
- зростання рівня цифрової грамотності населення;
- трансформацію споживчої поведінки та формування активних спільнот;
- необхідність оптимізації бізнес-процесів та скорочення витрат;
- пошук інноваційних бізнес-моделей та джерел конкурентних переваг.

Порівняльний аналіз традиційних та крауд-технологій у різних функціональних сферах діяльності підприємств представлено у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Порівняльний аналіз традиційних та крауд-технологій у функціональних сферах діяльності підприємств

Функціональна сфера	Традиційні технології	Крауд-технології	Переваги крауд-технологій
Виробнича	Штатні працівники, аутсорсинг	Краудворкінг	Гнучкість, масштабованість, відсутність соціальних зобов'язань, глобальний доступ до трудових ресурсів
Маркетингова	Маркетингові агенції, дослідницькі компанії	Краудсорсинг, краудмаркетинг	Різноманітність ідей, швидкість, низька вартість, залучення цільової аудиторії до створення цінності
Інноваційна	Науково-дослідні підрозділи, співпраця з науковими установами	Краудсорсинг (відкриті інновації)	Диверсифікація джерел інновацій, швидкість, масштабність охоплення, тестування ідей на практиці
Фінансова	Банківське кредитування, венчурний капітал, бізнес-ангели	Краудфандинг, краудінвестинг	Демократизація доступу до капіталу, відсутність бюрократичних процедур, тестування попиту, формування спільноти лояльних споживачів
Кадрова	Рекрутингові агенції, публікація вакансій, проведення співбесід	Краудрекрутинг	Оцінка реальних компетенцій, спостереження за поведінкою в реальних умовах, економія часу на відбір кандидатів

Джерело: розроблено студентом

Аналіз практики застосування крауд-технологій у діяльності підприємств дозволяє визначити ключові фактори успіху їх імплементації:

- Чітке визначення цілей та завдань проекту;
- Правильний вибір технології відповідно до функціональної сфери та специфіки завдання;
- Формування активної спільноти учасників;
- Забезпечення прозорості процесу та результатів;
- Наявність системи винагороди та мотивації учасників;
- Наявність технологічної інфраструктури та цифрових компетенцій персоналу;
- Інтеграція крауд-технологій із загальною стратегією підприємства.

Водночас, імплементація крауд-технологій супроводжується низкою викликів та ризиків, серед яких:

- складність управління великою кількістю учасників;
- ризики витоку конфіденційної інформації;
- проблеми забезпечення якості результатів;
- складність оцінки ефективності проектів;
- правові та етичні аспекти використання результатів.

Ефективне управління зазначеними ризиками потребує розробки комплексної стратегії імплементації крауд-технологій, що враховує специфіку функціональної сфери, завдання проекту, цільову аудиторію та інші фактори.

Крауд-технології є особливо актуальними для підприємств, які працюють у динамічному ринковому середовищі та потребують інноваційних підходів до забезпечення конкурентоспроможності. Вони дозволяють оптимізувати бізнес-процеси, скоротити витрати, прискорити цикл розробки продуктів, диверсифікувати джерела ідей та фінансування, а також посилити взаємодію із споживачами.

Таким чином, крауд-технології є інноваційними бізнес-моделями, що базуються на залученні розподілених людських, інтелектуальних, фінансових ресурсів широких мас для вирішення стратегічних та тактичних завдань

підприємств. Їх імплементація у різних функціональних сферах діяльності сприяє оптимізації бізнес-процесів, скороченню витрат, прискоренню інноваційних циклів та забезпеченню конкурентних переваг у динамічному ринковому середовищі. Розвиток крауд-технологій у вітчизняному бізнес-середовищі створює передумови для підвищення ефективності діяльності підприємств та їх адаптації до викликів цифрової економіки.

1.2. Світові та вітчизняні тенденції розвитку крауд-технологій

Комплексне дослідження світового досвіду впровадження крауд-технологій, зокрема краудфінансування, дозволяє констатувати стрімке зростання цього сегмента фінансування. За даними аналітичних досліджень, глобальний обсяг залучених через краудфінансові платформи коштів демонструє експоненціальну динаміку: якщо у 2012 році світовий ринок краудфінансування оцінювався в 2,7 млрд доларів США, то вже у 2016 році цей показник сягнув 51,9 млрд доларів, продемонструвавши 19-кратне збільшення лише за чотири роки [3]. Середньорічні темпи приросту перевищували 200%, а протягом періоду 2016-2020 років очікувалося зростання із середньорічним темпом близько 26,87% відповідно до звіту Global Crowdfunding Market [11].

В аналітичному звіті компанії Technavio прогнозувалося подальше зростання світового ринку краудфінансування з темпом CAGR приблизно 17% до 2021 року, а до 2025 року очікувалося, що загальна капіталізація краудфінансової індустрії перевищить 300 млрд доларів США [12]. Така динаміка свідчить про трансформацію краудфінансування з нішевого інструменту у повноцінний глобальний фінансовий механізм.

Глибокий аналіз структури світового ринку краудфінансування дозволяє виокремити ключові тенденції його розвитку. По-перше, на світовому ринку

спостерігається домінування сегменту краудлендингу (P2P-кредитування). За підсумками 2022 року краудлендинг займав приблизно дві третини ринку краудфандингу із загальним обсягом залучених коштів близько 25 млрд доларів США. У 2016 році частка P2P-кредитування досягла майже 70% світового ринку, хоча згідно з прогнозами, до 2021 року вона мала скоротитися до 54%. Популярність краудлендингу пояснюється його більшою доступністю та меншими ризиками порівняно з іншими видами краудфандингу.

Детальніше розглядаючи типологію крауд-моделей, можна виокремити кілька основних форм, що активно функціонують на світовому ринку. Зокрема, модель роялті передбачає отримання спонсором частки від доходів або прибутку фінансованого проєкту, крім нефінансових бонусів та заохочень. Така модель активно використовується для фінансування проєктів у сфері музики, розробки ігор, фільмів та інших креативних індустрій.

Наступною важливою формою є краудлендинг або народне кредитування – метод онлайн-кредитування фізичними особами інших фізичних осіб (P2P кредитування) або компаній (P2B кредитування) через спеціалізовані інтернет-ресурси. На відміну від традиційного банківського кредитування, тут автор проєкту отримує фінансування від сотень або тисяч інвесторів у вигляді мікrokредитів. Перевагами для кредиторів виступають вищі відсоткові ставки та можливість фінансування проєктів у широкому спектрі галузей, а для позичальників – спрощені умови оформлення документації, конкурентні відсоткові ставки та зручність отримання коштів.

Також значною формою краудфандингу є акціонерний краудфандинг – форма залучення інвестицій, побудована на класичній схемі участі в акціонерному капіталі компанії. Інвестуючи кошти в компанію, інвестор отримує частку в статутному капіталі через цінні папери. Ця модель дозволяє вкладати відносно невеликі суми у неpubлічні компанії на ранніх стадіях розвитку. Однак, вона є найбільш

дискусійною та суперечливою, оскільки зачіпає питання організаційно-правової форми компанії і пов'язана зі значними ризиками як для інвесторів, так і для підприємців.

По-друге, аналіз тематичної структури проєктів, що фінансуються через краудфандингові платформи, демонструє чітку спеціалізацію. За даними дослідження 2015 року, найпопулярнішими напрямками для краудфандингу у світі були бізнес і підприємництво (41,3%), соціальні проєкти (18,9%) та кінематографія (12,2%). При цьому спостерігається чітка кореляція між тематикою проєкту та моделлю краудфандингу: проєкти у сфері бізнесу та підприємництва переважно фінансуються за схемою народного інвестування, тоді як соціальні проєкти та кінематографічні ініціативи – за схемою без винагороди.

Таблиця 1.4.

Розподіл крауд-проєктів за тематичними напрямками у світі у 2022 році

Тематичний напрям	Частка у загальній структурі, %
Бізнес і підприємництво	41,3
Соціальні проєкти	18,9
Фільми та авторське мистецтво	12,2
Нерухомість	6,25
Музика та її запис	4,54
Інші напрями	16,81

Джерело: складено студентом

По-третє, спостерігається нерівномірність розподілу краудфандингової активності за географічною ознакою. В структурі світового ринку краудфандингу до 70% становлять американський та європейський ринки, незважаючи на поширення цього інструменту в інших регіонах. У 2022 році обсяги краудфандингу за регіонами розподілилися таким чином: Північна Америка – 17,25 млрд доларів

США, Азія – 10,54 млрд доларів США, Європа – 6,48 млрд доларів США. Це свідчить про наявність значного потенціалу для розвитку краудфандингу в країнах, що розвиваються, включаючи Україну.

По-четверте, зростання привабливості краудфандингу супроводжується збільшенням кількості спеціалізованих платформ. За різними оцінками, у світі функціонує понад 1250 краудфандингових платформ, які відрізняються за географічним розташуванням, спеціалізацією проєктів, механізмами збору коштів та схемами винагороди [13]. Діяльність цих платформ регулюється відповідно до законодавства кожної конкретної країни, що визначає особливості їх функціонування.

Аналіз типового функціоналу краудфандингових платформ дозволяє виокремити кілька основних підходів до їхньої діяльності. Деякі платформи проводять попередній аналіз та відсів потенційно ризикованих проєктів, інші виконують лише посередницьку функцію, зводячи компанії та інвесторів, треті виступають єдиним власником частки інвесторів у профінансованому підприємстві [14]. Окремі платформи встановлюють додаткові вимоги до учасників, зокрема щодо громадянства або юридичного статусу.

По-п'яте, спостерігається тенденція до диверсифікації функціоналу краудфандингових платформ. Сучасні платформи часто пропонують користувачам кілька видів краудфандингу на вибір, а також впроваджують додаткові сервіси для інвесторів і авторів проєктів. Наприклад, платформа AngelList інтегрувала маркетплейс стартап-вакансій, деякі платформи розробляють механізми вторинного ринку для краудфандингу, а американська SeedInvest надає інвесторам торгові рекомендації та функціонал автоматизованого управління інвестиційним портфелем. Таким чином, з розвитком ринку краудфандингу відбувається поступовий перехід від вузькоспеціалізованих до мультифункціональних платформ.

Узагальнюючи світові тенденції розвитку крауд-технологій, можна констатувати, що глобальний ринок краудфінансування трансформується в ефективне джерело фінансування малого та середнього інноваційного бізнесу, особливо на ранніх етапах його розвитку. Ключовими трендами є:

- динамічне зростання обсягів залучених коштів;
- домінування сегменту краудлендингу;
- спеціалізація за тематичними напрямками з переважанням бізнес-проектів;
- географічна нерівномірність розподілу з центрами в Північній Америці та Європі;
- збільшення кількості та функціональної спроможності краудфінансових платформ.

Український ринок крауд-технологій, на відміну від світового, перебуває на початковому етапі свого становлення. Внаслідок цього особливості його розвитку мають певні відмінності від глобальних тенденцій. Для України краудфінансування є відносно новим явищем, що характеризується недостатнім рівнем розвитку, обумовленим як незначною кількістю активних платформ та інвесторів, так і відсутністю усталених регуляторних підходів з боку державних органів.

Дослідження поточного стану ринку краудфінансування в Україні дозволяє констатувати, що його ресурсний потенціал є достатнім лише для задоволення дрібних фінансових потреб малого бізнесу та окремих соціальних ініціатив. Реалізація масштабних високотехнологічних проектів та стартапів, орієнтованих на міжнародні ринки, залишається проблематичною через обмеженість фінансових можливостей вітчизняних краудфінансових платформ. Це змушує українських розробників звертатися до послуг європейських та американських краудфінансових компаній.

Прикладами успішних українських проектів, профінансованих через міжнародну краудфінансову платформу Kickstarter у 2018 році, є: Feel VR (ігрове кермо і педалі з використанням технології Direct Drive, залучено 500 тис. доларів

США), Ugears (3D-пазли з дерева, 460 тис. доларів США), Verum 1 (навушники харківського інженера Романа Ландика, 185 тис. доларів США), Pix (рюкзак з можливістю виведення на передню частину піксельних зображень та анімації, 150 тис. доларів США), Stealtho (колеса для офісних стільців Caster Wheels, 138 тис. доларів США), SignumGame (настільна гра Legends of Signum: Battle for Vallor, 109 тис. доларів США) [15].

Аналіз вітчизняного ринку краудфандингових платформ свідчить, що найпопулярнішими в Україні є Українська біржа благодійності, "Спільнокошт", Na-Starte та "КУБ" (Кредити Українському Бізнесу). Діяльність цих платформ переважно орієнтована на реалізацію проєктів у гуманітарній, соціальній, екологічній, культурній та освітній сферах.

Першою в Україні була створена у 2011 році Українська Біржа Благодійності, що позиціонується як незалежна загальнонаціональна соціальна інфраструктура онлайн-благодійності. За сім років функціонування цієї платформи було залучено близько 159 млн грн виключно на благодійні цілі [16].

У 2012 році був заснований "Спільнокошт", діяльність якого орієнтована переважно на підтримку інноваційних та культурних проєктів, не спрямованих на отримання фінансової вигоди. Станом на березень 2019 року цією платформою було залучено 20,2 млн грн [17]. Серед найбільших успішно реалізованих за допомогою цієї платформи проєктів варто відзначити:

проєкт скаутського руху "Пластуни" (зібрано 1,3 млн грн);

Prometheus – платформа для онлайн-навчання (зібрано 0,5 млн грн);

VoxCheck – ресурс перевірки достовірності заяв політиків (зібрано 370 тис. грн).

Наразі "Спільнокошт" акцентує увагу на колективному фінансуванні інновацій у сфері ІТ та відновлюваної енергетики.

Платформа Na-Starte спеціалізується на фінансуванні стартапів, комерційних і суспільно-соціальних проєктів та бізнес-ідей. Особливістю цієї платформи є комплексний підхід до підготовки проєктів, що передбачає детальне опрацювання кожного елемента презентації проєкту спільно з автором. Найуспішнішим проєктом цієї платформи став фільм Георгія Делієва "Одесский подкидыш", на реалізацію якого було зібрано 3,7 млн грн. Загальний обсяг коштів, залучених через платформу Na-Starte, становить 12,2 млн грн.

У 2019 році Приватбанком була заснована платформа "КУБ" ("Кредити Українському Бізнесу"), яка функціонує на основі P2P-кредитування. Особливістю цієї платформи є орієнтація на підтримку традиційних видів малого бізнесу, таких як булочні, ресторани, фотостудії, магазини одягу тощо. При цьому максимальний обсяг залученого фінансування обмежений 500 тис. грн, а бізнес отримує кошти під відсоток (близько 2,4% на місяць). Слід зазначити, що деякі дослідники не вважають "КУБ" класичною краудфандинговою платформою через наявність відсоткової ставки та орієнтацію на традиційні, а не інноваційні види бізнесу [18].

Аналіз вітчизняного ринку краудфандингу дозволяє виокремити комплекс причин, що перешкоджають його розвитку в Україні. Серед основних перешкод варто відзначити відсутність спеціалізованого законодавства, що регулює сферу краудфандингу та забезпечує правовий захист учасників краудфандингових відносин. Суттєвою проблемою є також недостатня поінформованість населення щодо краудфандингу як інструменту фінансування проєктів, його переваг та механізмів функціонування, а також низький рівень інвестиційної та технологічної грамотності непрофесійних інвесторів, що обмежує їхню готовність брати участь у краудфандингових проєктах.

Порівняльна характеристика основних краудфінансінгових платформ України

Назва платформи	Рік заснування	Спеціалізація	Загальний обсяг залучених коштів	Особливості функціонування
Українська Біржа Благодійності	2011	Благодійні проекти	159 млн грн	Незалежна загальнонаціональна соціальна інфраструктура онлайн-благодійності
"Спільнокошт"	2012	Інноваційні та культурні проекти	20,2 млн грн	Фінансування проектів, не спрямованих на отримання фінансової вигоди
Na-Starte	2014	Стартапи, комерційні та суспільно-соціальні проекти	12,2 млн грн	Комплексний підхід до презентації проектів
"КУБ"	2016	Традиційні види малого бізнесу	Немає даних	P2P-кредитування з відсотковою ставкою близько 2,4% на місяць

Джерело: розроблено студентом

До того ж, відсутність сприятливих умов для розвитку малого бізнесу призводить до дефіциту якісних проектів для краудфінансінгових платформ, а недостатні компетенції авторів проектів у сфері презентації та просування своїх ідей, визначення цільової аудиторії та взаємодії з нею ускладнюють процес залучення фінансування. Не менш важливим фактором є низький рівень взаємної довіри між авторами проектів та потенційними інвесторами, що негативно впливає на готовність останніх надавати фінансову підтримку.

Комплексна дія зазначених причин обумовлює формування специфічних особливостей функціонування краудфінансінгу в Україні порівняно з економічно розвиненими країнами. На основі проведеного аналізу можна виокремити такі характерні риси вітчизняного ринку крауд-технологій: тематична спеціалізація –

переважне фінансування проєктів у сфері охорони здоров'я, культури, освіти, тоді як у світовій практиці домінують бізнес-проєкти та підприємницькі ініціативи; обмежені обсяги фінансування – загальні обсяги коштів, залучених через українські краудфандингові платформи, залишаються незначними порівняно зі світовими показниками; дисбаланс між попитом і пропозицією – підприємницькі технологічні проєкти є затребуваними, проте не знаходять необхідного рівня підтримки на внутрішньому ринку, що змушує українські технологічні стартапи звертатися до зарубіжних краудфандингових платформ.

Характерними рисами вітчизняного ринку краудфандингу є також регуляторна невизначеність – діяльність краудфандингових платформ, розробників проєктів та приватних інвесторів залишається не повністю легалізованою через відсутність спеціального закону "Про краудфандинг"; обмежений платоспроможний попит – недостатній рівень доходів населення обмежує можливості фінансування проєктів широкими верствами населення; відсутність культури колективних приватних інвестицій, що обмежує розвиток краудфандингу як масового напряму інвестування, обумовлена низьким рівнем знань у сфері краудфандингу, недовірою до цього способу фінансування серед населення, браком підприємницьких ініціатив через відсутність необхідних компетенцій щодо інвестиційної діяльності на базі інтернет-платформ; нерозвиненість інфраструктури – відсутність екосистеми підтримки краудфандингу, що включає консалтингові агенції, спеціалізовані медіа, освітні програми тощо.

Для подолання зазначених обмежень та забезпечення ефективного функціонування і подальшого розвитку краудфандингу в Україні необхідною є реалізація комплексу заходів. Насамперед це формування спеціалізованого законодавства у сфері краудфінансування, що розширить можливості малих та середніх підприємств щодо залучення ресурсів та забезпечить правовий захист усіх учасників краудфандингових відносин, а також розроблення "дорожньої карти"

розвитку краудфінансування, яка передбачатиме впровадження комплексу заходів для створення ефективної системи регулювання ринку. Важливим є стимулювання залучення різних типів приватних інвесторів шляхом забезпечення прозорості процесу збору коштів, зручності здійснення переказів та розвитку комунікації між розробниками проєктів та інвесторами, а також створення механізмів мінімізації ризиків для непрофесійних інвесторів через диверсифікацію обсягу інвестицій та забезпечення додаткових гарантій.

Для розвитку вітчизняного краудфінансування необхідно також розвивати краудфінансову інфраструктуру на основі формування різноманітних видів краудплатформ та створення спеціалізованих консалтингових агенцій, діяльність яких спрямована на підтримку підприємницьких проєктів, допомогу в їх оформленні, консультування засновників, інформування про особливості колективного фінансування. Не менш важливим є формування культури колективного фінансування на основі інформаційно-просвітницької роботи серед широких верств населення з метою формування позитивного іміджу краудфінансування, створення громадських структур для співфінансування проєктів, відкритих на краудфінансових платформах, з метою підтримки краудфінансової індустрії на початкових етапах її розвитку, а також впровадження системи податкових пільг для непрофесійних інвесторів з метою підвищення їхньої мотивації вкладати кошти в інноваційні проєкти малих і середніх підприємств та створення саморегульованої організації у сфері краудфінансування, яка займатиметься розробкою стандартів діяльності та здійснюватиме нагляд за дотриманням етичних норм та правил роботи на ринку.

Проведене дослідження свідчить, що основними напрямками розвитку крауд-технологій в Україні мають стати: формування ефективної законодавчої бази; стимулювання залучення приватних інвесторів; розвиток інфраструктури підтримки; формування культури краудфінансування; запровадження податкових

стимулів для учасників ринку. Реалізація зазначених заходів сприятиме ефективному функціонуванню крауд-технологій як інструменту фінансування проєктів цифрової економіки в Україні та забезпечить поступове наближення вітчизняного ринку до світових стандартів.

Таблиця 1.6.

Порівняльна характеристика світового та українського ринків
краудфандингу

Критерій порівняння	Світовий ринок	Український ринок
Стадія розвитку	Активне зростання	Початковий етап становлення
Обсяги фінансування	Десятки мільярдів доларів США	Десятки мільйонів гривень
Домінуючі сегменти	Краудлендинг	Благодійний краудфандинг
Тематичні напрями	Бізнес і підприємництво (41,3%)	Соціальні, культурні, освітні проєкти
Законодавче регулювання	Розвинене у провідних країнах	Відсутнє спеціалізоване законодавство
Інфраструктура	Розвинена, мультифункціональні платформи	Нерозвинена, обмежена кількість платформ
Культура інвестування	Сформована	На етапі формування
Рівень довіри	Високий	Низький

Джерело: розроблено студентом

Таким чином, розвиток крауд-технологій в Україні характеризується певними особливостями порівняно зі світовими тенденціями, що обумовлено об'єктивними факторами соціально-економічного та інституційного характеру. Проте наявний потенціал вітчизняного ринку краудфандингу та успішні приклади реалізації українських проєктів на міжнародних платформах свідчать про перспективність

цього інструменту фінансування для розвитку інноваційного підприємництва в Україні.

1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності впровадження крауд-технологій у діяльність підприємств

Ефективність впровадження крауд-технологій можна визначити як ситуацію, при якій за наявних ресурсів і рівня розвитку інтелектуальних баз знань неможливо виконувати більшу кількість технологічних функцій без зниження якості. Загалом, ефективність є відносною величиною, що характеризує відношення економічного ефекту до витрат, які супроводжували цей ефект. Важливо зазначити, що контроль ефективності проєкту впровадження повинен здійснюватися на основі єдиної системи критеріїв протягом усіх етапів життєвого циклу проєкту.

При визначенні критеріїв контролю ефективності впровадження крауд-технологій доцільно використовувати цільовий підхід, відповідно до якого ефективність розглядається як рівень досягнення поставленої мети. Оскільки метою проєкту впровадження є налагодження крауд-технологій для досягнення певних бізнес-цілей, ефективність визначатиметься ступенем їх досягнення.

Традиційним підходом до тлумачення ефективності є співвідношення вигод (ефекту) і витрат. Однак зосереджуватись виключно на оцінці цього показника при аналізі ефективності впровадження крауд-технологій було б помилковим. Основна проблема полягає в тому, що вплив крауд-технологій на доходність підприємства, як правило, є опосередкованим – через покращення управління бізнес-процесами, підвищення компетентності працівників, залучення зовнішніх ресурсів та задоволення клієнтів. Вимірювання цих ефектів у фінансовому вираженні часто ускладнене, тому значення показника ефективності не завжди забезпечує точну інформацію щодо ефективності впровадження крауд-технологій [19].

Методи оцінки крауд-технологій можна класифікувати на чотири основні групи: методи інвестиційного аналізу, методи фінансового аналізу, методи якісного аналізу та методи ймовірнісного аналізу. Кожен з цих методів має свої переваги та недоліки, які варто враховувати при виборі підходу до оцінки ефективності впровадження крауд-технологій.

Серед методів інвестиційного аналізу варто виділити такі, як сукупна вартість володіння (Total Cost of Ownership, TCO), функціонально-вартісний аналіз (Activity Based Costing, ABC), чиста приведена вартість (Net Present Value, NPV), коефіцієнт повернення інвестицій (Return on Investment, ROI), економічна додана вартість (Economic Value Added, EVA), швидке економічне обґрунтування (Rapid Economic Justification, REJ) та сукупний економічний ефект (Total Economic Impact, TEI).

Метод сукупної вартості володіння (TCO) допомагає визначити прямі й опосередковані витрати і вигоди, пов'язані з впровадженням крауд-технологій. Оцінка ефективності здійснюється шляхом порівняння показника TCO підприємства з показниками TCO інших підприємств аналогічного профілю. Цей метод дозволяє уникнути збиткових та невиправданих витрат та утримати загальну суму витрат на розумному рівні, одночасно отримуючи максимум вигоди від використання крауд-технологій. Однак основним недоліком методу є те, що він найменше пов'язаний із задачами бізнесу, не придатний для оцінки ризиків і для визначення способів відповідності крауд-технологій стратегічним цілям компанії [20].

Функціонально-вартісний аналіз (ABC) передбачає комплексне дослідження дій, спрямованих на об'єкт крауд-технологій на етапі впровадження, і функцій об'єкта у процесі використання з метою виявлення резервів мінімізації затрат при збереженні чи підвищенні корисності для споживачів. Цей метод дозволяє більш чітко вивчити вартість продукції, що дає можливість приймати обґрунтовані стратегічні рішення та визначити шляхи покращення вартісних показників. Проте

процес опису функцій може виявитися занадто деталізованим, а модель складною в застосуванні.

Метод чистої приведеної вартості (NPV) базується на порівнянні сум первісних вкладень і поточної вартості майбутніх грошових потоків від впровадження крауд-технологій. Перевагою методу є врахування часового фактора в розрахунках. Однак він потребує детального прогнозування надходжень грошових потоків на весь життєвий цикл проєкту і не враховує ризиків.

Коефіцієнт повернення інвестицій (ROI) визначається як відношення суми прибутку або збитків до суми інвестицій у крауд-технології. Перевагою цього методу є простота сприйняття та відображення абсолютної вигоди від проєкту. Недоліками є неврахування різниці у термінах реалізації проєктів, складність вибору репрезентативного періоду та відсутність аналізу ризиків.

Економічна додана вартість (EVA) відображає процес створення вартості та визначається як різниця між чистим операційним прибутком підприємства та всіма витратами, понесеними підприємством на впровадження крауд-технологій. Метод поєднує простоту розрахунків та можливість визначення ринкової вартості підприємства, але має недолік у вигляді часової затримки між моментом впровадження технологій та змінами показників EVA.

Швидке економічне обґрунтування (REJ) розглядає крауд-технології з точки зору бізнес-пріоритетів компанії, стратегічних планів її розвитку та основних фінансових показників. Метод дозволяє врахувати як кількісні, так і якісні ефекти від впровадження крауд-технологій, але є складним інструментом оцінки.

Сукупний економічний ефект (TEI) дозволяє оцінити проєкт впровадження крауд-технологій з точки зору трьох показників - «Вартості», «Переваг» і «Гнучкості». Перевагою методу є аналіз ризиків, але він має досить вузький спектр застосування.

До методів фінансового аналізу належать внутрішня норма прибутковості (Internal Rate of Return, IRR), коефіцієнт ефективності інвестицій (Accounting Rate of Return, ARR), індекс рентабельності інвестицій (Profitability Index, PI) та термін окупності проєкту (Payback Period, PP) [21].

Внутрішня норма прибутковості (IRR) передбачає визначення відносно допустимого показника доходності проєкту впровадження крауд-технологій. Для визначення прибутковості або збитковості проєкту, показник IRR порівнюється з ціною залучених фінансових ресурсів. Перевагами методу є можливість порівняння проєктів з різним рівнем фінансування, врахування ризиків та дисконтної вартості майбутніх грошових потоків. Недоліком є складність визначення грошових надходжень від покращення якісних показників.

Коефіцієнт ефективності інвестицій (ARR) розраховується як відношення чистого прибутку до половини різниці інвестицій та ліквідаційної вартості активів. Метод простий у застосуванні та враховує доходи від ліквідації активів, але застосовується тільки для оцінки ефективності проєктів з коротким терміном окупності.

Індекс рентабельності інвестицій (PI) є відносним показником, який характеризує рівень доходів на одиницю затрат на впровадження крауд-технологій. Якщо $PI > 1$, проєкт доцільно приймати, якщо $PI < 1$ - відхилити. Метод є корисним при виборі одного проєкту з альтернативних, але може дублювати економічний зміст NPV.

Термін окупності проєкту (PP) дозволяє визначити період, протягом якого сума недисконтованих прогнозованих надходжень грошових коштів від впровадження крауд-технологій дорівнюватиме загальній сумі витрат. Перевагою методу є простота розрахунку, а недоліком - неврахування вартості грошей у часі.

Методи якісного аналізу включають збалансовану систему показників (Balanced Scorecard, BSC), метод життєвого циклу штучних систем (System Life

Cycle Analysis, SLCA), інформаційну економіку (Information Economics, IE) та управління портфелем активів (Portfolio Management, PM).

Збалансована система показників (BSC) забезпечує цілеспрямований моніторинг діяльності підприємства після впровадження крауд-технологій, дозволяє прогнозувати і попереджувати проблеми, поєднує рівні стратегічного і оперативного управління. Метод контролює найістотніші фінансові й нефінансові показники діяльності підприємства через ключові показники ефективності (KPI). Однак увага може надмірно фокусуватися на управлінні, що базується на показниках, ігноруючи "м'які" чинники.

Метод життєвого циклу штучних систем (SLCA) передбачає вимір "ідеальності" корпоративної системи використання крауд-технологій - співвідношення її корисних факторів до суми шкідливих факторів і чинників розплати за виконання корисних функцій. Будуються традиційні моделі "Як є" і "Як буде" з урахуванням реєстру корисних, негативних і витратних факторів бізнес-системи.

Інформаційна економіка (IE) передбачає формування переліку критеріїв оцінки ефективності проєкту впровадження крауд-технологій та його аналіз з точки зору потенційних вигод для компанії. Метод забезпечує визначення пріоритетів проєктів, які відповідають пріоритетам розвитку підприємства, але має суб'єктивний характер.

Управління портфелем активів (PM) передбачає, що компанії управляють крауд-технологіями аналогічно до управління інвестиційним фондом з урахуванням обсягу, розміру, терміну, прибутковості і ризику кожної інвестиції. Метод дозволяє оцінити явні й неявні фактори та пов'язати їх із загальною стратегією підприємства.

До методів ймовірнісного аналізу належать прикладна інформаційна економіка (Applied Information Economics, AIE), справедлива ціна опціонів (Real

Options Valuation, ROV) та економічна вигода ресурсів (Economic Value Sourced, EVS).

Прикладна інформаційна економіка (AIE) передбачає підвищення точності показника "дійсна економічна вартість вкладень у крауд-технології за рахунок визначення прибутковості інвестицій" до і після інвестування. Метод дозволяє оцінити ймовірність появи ризику і нових можливостей за допомогою статистичних та математичних моделей, але потребує значного обсягу статистичних даних.

Справедлива ціна опціонів (ROV) базується на концепції побудови моделі "гнучких можливостей компанії" в майбутньому після впровадження крауд-технологій. Метод розглядає крауд-технології як набір можливостей з високим ступенем деталізації і дозволяє приймати рішення після аналізу широкого спектру показників та варіантів майбутніх сценаріїв.

Економічна вигода ресурсів (EVS) розширює використання таких інструментальних засобів для оцінки крауд-технологій, як EVA, IRR і ROI, додаючи параметри часу і ризику в рівняння. В основі EVS лежить метод управління ризиками, але недоліком є складність прогнозування змін техніко-економічних показників роботи підприємства в сучасних економічних умовах.

На основі аналізу існуючих підходів до оцінки ефективності впровадження крауд-технологій, можна запропонувати виділення таких основних етапів:

- Оцінка бізнесу. На цьому етапі визначаються критичні фактори успіху підприємства, складається план їх досягнення та визначаються показники досягнення критичних факторів успіху. Важливо ідентифікувати роботи, найбільш значущі для досягнення критичних факторів успіху відповідно до обраної стратегії.
- Вибір рішення. Для кожної роботи, визначеної на першому етапі, необхідно знайти крауд-технології, за допомогою яких можливо поліпшити її ефективність. На цьому етапі виконується причинно-наслідковий аналіз, який виявляє вузькі місця в кожному з обраних процесів, та підбирається таке рішення, яке дозволяє усунути

виявлені недоліки та отримати якісний результат від впровадження крауд-технологій.

- Оцінка ризиків. На цьому етапі визначаються та вимірюються ризики, притаманні проєктам впровадження крауд-технологій, а також невизначеності, які виникають безпосередньо на етапі проведення оцінки.
- Оцінка витрат на крауд-технології. На даному етапі визначається обсяг інвестицій, необхідний для досягнення поставлених цілей. Оцінка витрат здійснюється у два етапи: а) Оцінка витрат за проєктом, яка передбачає визначення усіх капітальних і поточних витрат, пов'язаних з впровадженням і використанням крауд-технологій:
 - оцінка прямих витрат на проєкт впровадження;
 - оцінка непрямих витрат на проєкт впровадження;
 - оцінка витрат на утримання крауд-технологій за період їх життєвого циклу;
 - оцінка можливих втрат від впровадження крауд-технологій.

б) Оцінка обґрунтованості визначеної величини витрат на проєкт:

- порівняння витрат з середніми показниками підприємств однієї галузі;
- визначення економічної ефективності проєкту.
- Оцінка вигод від впровадження крауд-технологій. На цьому етапі здійснюється визначення й оцінка очікуваних вигод. Вибір методу оцінки ефективності залежить від видів ефектів, які забезпечують крауд-технології. В науковій літературі запропоновано поділ ефектів на такі групи:
 - економічний, науково-технічний, соціальний, екологічний;
 - економічний, науково-технічний, фінансовий, ресурсний, соціальний, екологічний;
 - соціально-політичний, економічний, науково-технічний, екологічний, етнічно-культурний;
 - економічний, науковий, науково-технічний, технологічний, соціальний.

Неоднорідність призначення, цілей впровадження, джерел окупності крауд-технологій вимагає диференційованого підходу до визначення критеріїв оцінки їх

ефектів. Для забезпечення повноти й достовірності оцінки ефектів необхідно враховувати вплив зовнішніх факторів на діяльність підприємства і визначення поточного рівня його ефективності.

Сукупний грошовий потік від впровадження крауд-технологій може визначатися наступним чином:

$$\Delta CF_{КТ} = \Delta CF_{епл} + \Delta CF_{лп} + \Delta CF_{пр}, \quad (1.1)$$

де $\Delta CF_{КТ}$ - сукупний грошовий потік від впровадження крауд-технологій; $\Delta CF_{епл}$ - грошовий потік, пов'язаний з підвищенням ефективності планування; $\Delta CF_{лп}$ - грошовий потік, пов'язаний з підвищенням ефективності управління закупівлями і логістикою постачання;

$\Delta CF_{пр}$ - грошовий потік, пов'язаний з підвищенням ефективності управління процесом продажу і торговими точками.

Варто зазначити, що такий спосіб оцінювання грошових потоків від впровадження крауд-технологій не забезпечує вимірювання усіх якісних і стратегічних ефектів з необхідною точністю. Тому доцільно додатково використовувати якісні методи, які дозволяють доповнити кількісні розрахунки якісними оцінками.

- Оцінка економічної ефективності проєкту впровадження крауд-технологій. На цьому етапі розраховується економічна ефективність проєкту. Як критерій показника економічної ефективності проєкту можна використовувати "вартість" проєкту, яка визначає генеровану проєктом вартість, приріст капіталу підприємства в результаті впровадження крауд-технологій. Цей показник визначається як сума чистої приведеної вартості проєкту, розрахована за методом дисконтування грошових потоків, і вартість опціонів, які підприємство набуває під час реалізації проєкту:

$$NPV_{ОПЦ} = NPV + СОПЦ, \quad (1.2)$$

де NPVOПЦ - генерована проектом вартість, приріст капіталу підприємства у результаті реалізації проекту з урахуванням реального опціону; NPV - чиста приведена вартість, яка дорівнює дисконтованому грошовому потоку проекту; СОПЦ - виручка від реалізації реального опціону.

Відповідно, розрахунок ефективності впровадження крауд-технологій можна представити у вигляді наступної формули:

$$\text{NPVOПЦ} = (\Delta\text{CFKT} - \text{VKT}) / (1 + r)^i + \text{СОПЦ}, \quad (1.3)$$

де r - ставка дисконтування; i - період реалізації проекту; VKT - витрати на впровадження крауд-технологій.

Оцінка крауд-технологій за методом оцінки реальних опціонів повинна розглядатися не як альтернатива методу чистих дисконтованих грошових потоків, а як доповнення і уточнення оцінки, отриманої при традиційному дисконтуванні грошових потоків.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПРОВАДЖЕННЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ

2.1. Світові тенденції впровадження крауд-технологій

Перші професійні краудфандингові компанії Kickstarter і IndieGoGo були створені тільки в 2008–2009 роках [6]. Тепер таких компаній вже десятки. За даними журналу «Forbes» та європейського інтернет-ресурсу «Crowdsourcingweek», до найбільш відомих та розвинутих краудфандингових платформ у світі можна віднести наступні: Kickstarter (США), Crowdfunde (США), RocketHub (США), Fundrazr (Канада), Ulule (Франція), FundedByMe (Швеція), MyMicroinvest (Бельгія), Symbid (Нідерланди) та багато інших. На сьогодні географічна структура поширення та розвитку крауд-технологій відображена на рис.2. 1.



Рис.2.1. поширення крауд-техношлогій у світі

Слід зазначити, що спеціалізація платформ згодом призвела до появи

ресурсів, які приймають виключно технологічні проекти: Technofunding (Великобританія, 2013), Innobus (росія, 2013). Багато подібних платформ були запуснені недавно і мають у своєму розпорядженні досить скромний набір проектів. Однак найбільш великими гравцями залишаються універсальні платформи, за допомогою яких в основному і фінансуються технічні проекти.

Взагалі, світовий ринок краудфіндингу активно розвивається, а особливо, починаючи з 2013 року. Якщо ще у 2012 році його обсяг становив 2,7 млрд долл. США, то вже в наступному році він збільшився майже у 2,3 рази й досяг відмітки у 6,1 млрд долл. США. В 2015 році обсяг ринку склав вже 34,4 млрд долл. США [7].

За прогнозами Світового банку, до 2029 року обсяг ринку краудфіндингу у світі досягне 3,6 трл долл. США [6]. Але загальна тенденція свідчить про те, що це станеться набагато раніше. Крім того, за даними Світового банку, лише третина проектів, що фінансується за допомогою краудфіндингу носить некомерційний характер. Це свідчить про те, що «публічне інвестування» дійсно стало дієвим засобом фінансування бізнес- проектів, серед яких серйозну частку займають саме інноваційні проекти (рис.2.2).

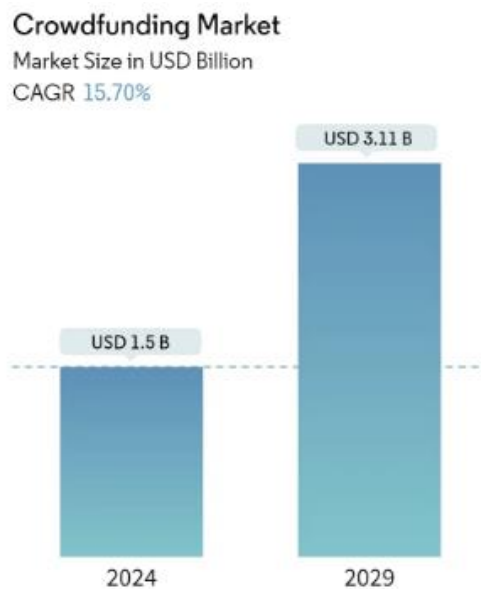


Рис. 2.2. Прогноз розвитку ринку крауд-технологій у світі

Аналіз діяльності світових краудфандингових майданчиків дозволив виявити, що найуспішнішою платформою є американський проект Kickstarter. Kickstarter - це інтернет- сайт, створений 2009 року для залучення грошових коштів на реалізацію творчих, наукових і виробничих проектів за схемою краудфандингу. Характерною особливістю збору коштів на краудфандинговій платформі Kickstarter є принцип «все або нічого»: якщо проект не зібрав 100% від запланованої на його реалізацію суми, то всі зібрані кошти повертаються, а проект оголошується нереалізованим. Якщо творцям проекту вдалося зібрати більше запланованої суми, зібрані гроші залишаються у них. За даними, наведеними на офіційному сайті Kickstarter станом на початок 2016 року, на майданчику було розміщено 333 832 проектів на загальну суму 2,82 млрд доларів. З них 118 183 проектів або 35,40 % було успішно профінансовано на загальну суму 2,48 млрд доларів. Фінансування здійснювало 12 264 817 осіб, з них 3 902 59 (31,82 %) повторно [9].

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

Можна виділити певні риси краудфандингу, що роблять його ефективним способом фінансування інноваційних проектів.

По-перше, результати збору коштів на краудфандинговій платформі є певним показником для підприємця щодо подальшої долі проекту. Адже чим більше коштів було залучено за допомогою даного способу фінансування, тим більше людей уже ознайомилось і повірило в перспективу проекту.

По-друге, є помітне зниження трансакційних витрат на організацію фінансування проектів завдяки зменшенню кількості посередників.

По-третє, колективні способи фінансування проектів істотно розширюють

перелік способів традиційного інвестування. Підтвердженням цього є те, що у США (які є лідером краудфандингової діяльності) у 2012 році відбулися зміни у законодавстві, що підвищили обсяг інвестицій, які можуть залучатись організаціями за допомогою колективного фінансування без відповідної емісії цінних паперів до суми 1 млн дол.

По-четверте, краудфандингова модель фінансування має значні переваги для інвестування інноваційних проектів, оскільки знімає ряд істотних обмежень традиційних способів фінансування [6].

В той же час краудфандинг має також і декілька значних недоліків. Він не підходить для великих проектів, що вимагають істотних вкладень, бо такому фінансуванню залишаються обмеження в розмірі зазначеної суми інвестицій. Мінусом є також відсіювання потенційно сильних проектів зі слабкою маркетинговою та рекламною складовою, тобто проект може бути корисним та мати всі шанси на успіх, але без належного його освітлення, без гарної презентації він має мало шансів зібрати необхідні кошти.

2.2. Особливості реалізації крауд-технології в Україні

Український ринок став важливою складовою крауд-маркет світу. На українських краудфандингових платформах реалізуються не лише комерційні проекти, але й соціальні, які допомагають суспільству вирішувати складні завдання під час війни. До найбільш розповсюджених проектів, які проявили свою ефективність можна віднести такі крауд-платформи як:

Спільнокошт – це одна з найбільших та найпопулярніших українських краудфандингових платформ, яка існує з 2012 року. Спільнокошт не дублює роботу сотень українських волонтерів, які збирають гроші на закупівлю спорядження для військових. Проте тут можна підтримати інші корисні ініціативи: наприклад,

зафондувати Школу естетичного виховання дітей вимушених переселенців, яка надає дітям психологічно-терапевтичну допомогу. Крім того, на Спільнокошті збирають гроші на виробництво якісних бронежилетів, проведення тренінгів з тактичної медицини, а також на організацію прихистків для переселенців. Серед цікавих культурних проєктів можна підтримати запис та поширення альбому пластових пісень “Пісеньки Лисички-Сестрички” для дітей 4-10 років – на це вже зібрали 40 тисяч гривень.

Українська біржа благодійності – ця платформа, заснована у 2012 році, відпочатково була спрямована на підтримку благодійних проєктів. За цей час вона зібрала майже 500 мільйонів гривень на благодійність. Зараз ініціативи на ресурсі переважно мають на меті вирішення гуманітарних проблем, спричинених війною. Так, на платформі вдалось успішно зібрати понад 500 тисяч гривень на медичну допомогу для поранених дітей в Запоріжжі та майже 800 тисяч гривень на підтримку дитячих лікарень. Для тих, кому складно самотійно обрати серед різних проєктів, на сайті існує окрема Скарбничка. Через Скарбничку допомогу отримують окремі сім’ї з дітьми, люди похилого віку, військові частини ЗСУ та представники ТрО. На середину травня 2022 на Скарбниці УББ вже є 13 мільйонів гривень.

Startera – ця платформа спрямована на краудфандинг для творчих, соціальних та стартап проєктів. Та зараз на ресурсі також розміщено гуманітарний фандрейзинговий проєкт: збір коштів для евакуації людей з районів, де відбуваються бойові дії, та розміщення таких людей на території Львівщини. Цей проєкт Startera реалізують спільно з департаментом освіти й науки Львівської обласної державної адміністрації. З необхідних 100 тисяч гривень загального бюджету вже зібрано понад дві третини.

Моє місто – це локальна краудфандингова платформа, яка діє в Одесі, Харкові та Дніпрі з 2015 року. Цей ресурс примітний тим, що концептуально він є

інструментом спільнототворення: за допомогою платформи громади можуть фінансувати соціально корисні локальні проєкти. Зараз на сайті долучаються до забезпечення потреб військових та волонтерів: збирають кошти на тепловізори, коліматори та автомобілі. Ці ініціативи є успішними – на коліматори для морської піхоти вже зібрали 320 тисяч гривень.

Таблеточки – один із найавторитетніших українських благодійних фондів, який з 2013 року допомагає дітям з онкологічними, гематологічними та іншими смертельно небезпечними хворобами. Організація продовжує свою діяльність і в умовах повномасштабної війни. Зараз фонд не лише збирає допомогу дітям, а й допомагає з евакуацією хворих за кордон. Зробити пожертву на краудфандинговій платформі “Таблеточок” “Хочу допомогти” можна одноразово, а можна стати регулярним жертводавцем і допомагати дітям щомісячно. Фонд можна підтримати різними шляхами: криптовалютою, через платформу для переказу коштів з-за кордону та навіть за допомогою чат-боту у Viber.

Пласт – одна з найповажніших скаутингових організацій України, яка вже понад сторіччя підтримує починання, які мають за мету розбудову та захист України. Нині “Пласт” проводить активний краудфандинг на підтримку військових – для захисників та захисниць уже придбали медикаментів та спорядження на 15 мільйонів гривень. Збирають на тепловізори, автомобілі, аптечки. А ще – допомагають із лікуванням учасникам та учасницям “Пласту”. Підтримувати організацію можна одноразово або щомісячно за допомогою банківських реквізитів, PayPal та криптовалюти.

Meeting me – це молода інноваційна краудфандингова платформа, за допомогою якої користувачі можуть зустрітися зі знаменитостями і водночас опомогти соціально корисним проєктам. На платформі можуть зареєструватись організації громадянського суспільства, щоб спрямувати отримані гроші на різні проєкти – в тому числі на допомогу армії.

Благодійний фонд “Твоя опора” – цей фонд було засновано 2014 року для організації допомоги важко хворим дітям та дітям-сиротам. За роки свого існування “Твоя опора” стала однією з провідних організацій, що допомагають дітям із вродженими вадами серця, і лише за 2020-й рік збрала майже 80 мільйонів гривень. Після повномасштабного вторгнення організація продовжила всю свою попередню діяльність із підтримки хворих дітей. Разом з тим – розпочали проєкт “Help Ukraine! Stop War!” для допомоги сиротам, дітям, лікарням та вимушеним переселенцям. На сайті розміщено й польськомовний проєкт, “Uratuj dzieci z Ukrainy!”, для фандрейзингу з Польщі.

People`s Project.com – це неурядова організація, що виникла у 2014 році. “People`s Project” або “Народний проєкт” об’єднує волонтерів та жертводавців, які прагнуть допомогти корисним військовим, медичним і соціальним проєктам – за 8 років організації вдалось зібрати на це 100 мільйонів гривень. Ресурс побудовано у вигляді краудфандингової платформи: волонтери збирають гроші водночас на різні потреби, а відвідувачі можуть обрати, який проєкт підтримати. Організація переважно збирає кошти для військових: на закупівлю тепловізорів, бензину, аптечок та автомобілів, але охочі можуть також профінансувати розмінування небезпечних територій чи надання підтримки літнім людям у прифронтових районах. Найуспішніші проєкти збирають мільйони гривень: ініціатива з допомоги військовим зі спорядженням вже збрала майже 12,3 млн гривень.

Купи мені бойовий літак – це новий ресурс, який підтримують Укроборонпром, бренд “Авіація Галичини” та Ukraine Media Center. Суть ініціативи – зібрати кошти на придбання “вживаних” літаків радянського виробництва, що не використовують за призначенням. Цей проєкт, який реалізовує благодійний фонд “Авіація Галичини” є надзвичайно популярним у медіа – окрему статтю про “Купи мені бойовий літак” навіть написав “The Washington Post”. Долучитись до купівлі літака для ЗСУ на ресурсі можна будь-яким зручним способом через Інтернет.

Краудфандинг – це спосіб збору коштів, який дає змогу отримувати фінансові ресурси від значної кількості людей. Для втілення сміливих ідей та реалізації бізнес-плану необхідно мати достатньо коштів. Цей інноваційний метод залучення фінансування дозволяє підприємцям трансформувати бізнес-ідеї в реальні проекти завдяки підтримці широкого загалу.

Зародившись як механізм підтримки соціальних та творчих проектів, краудфандинг поступово перетворився на потужний фінансовий інструмент для бізнесу.

Трансформація відбулася завдяки зростанню фінансової грамотності населення, розвитку цифрових технологій, формуванню культури підтримки локальних ініціатив. Сьогодні збільшується популярність краудфандингу в Україні.

Наразі в Україні відсутня спеціальна законодавча база для регулювання краудфандингу як інструменту фінансування. Проте це не означає, що краудфандингові платформи працюють нелегально – вони функціонують у межах загального законодавства країни.

Для юридичного оформлення краудфандингової платформи необхідна наявність таких документів, як:

- правила платформи;
- договір між платформою та автором проекту;
- договір між платформою та користувачем;
- договір про приймання платежів;
- угода про конфіденційність.

На сьогодні краудфандинг є перспективним способом фінансування бізнес-проектів. Відносини між інвесторами та підприємцями оформлюються договорами, де можуть визначатись:

- мета інвестування;
- очікувані результати;

- умови участі інвесторів у здійснюваній діяльності;
- способи контролю за використанням коштів тощо.

Для успішного краудфандингу слід дотримуватись таких порад:

- юридично оформити діяльність для отримання коштів на офіційний банківський рахунок;
- добре пропрацювати ідею, пояснивши її соціальну цінність;
- визначити суму збору та дедлайн;
- продумати унікальні винагороди для інвесторів;
- регулярно інформувати про етапи проєкту та використання коштів;
- робити email-розсилки для потенційних інвесторів та просувати кампанію в соцмережах.

Варто зазначити, що відсутність профільного законодавства створює суттєві ризики для бізнесу: немає чіткого визначення прав та обов'язків сторін, відсутні механізми захисту інвестицій, що нерідко відлякує інвесторів. Ця обставина ускладнює залучення значних інвестицій та обмежує масштабування бізнес-проєктів через краудфандингові платформи.

Незважаючи на правові обмеження, краудфандинг дає підприємцям можливість отримати фінансування на умовах вигідніших, ніж банківські кредити, а також знайти партнерів та перевірити попит на продукт. Для реалізації повного потенціалу цього інструменту необхідне впровадження спеціального законодавства, яке захистить інтереси бізнесу та інвесторів.

Краудфандинг продовжує динамічно розвиватися в українській економіці як альтернативний інструмент фінансування проєктів, незважаючи на законодавчі обмеження. Для успішного функціонування бізнесу є необхідним здійснення правового аналізу конкретної ситуації та ретельної перевірки документів юристом.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ НА ТОВ "КОММУНІКАЦІЙНИЙ ХАБ ЕКОНОМІКА"

3.1. Формування стратегії впровадження крауд-технологій у діяльність підприємства

Формування стратегії впровадження крауд-технологій у діяльність підприємства є ключовим етапом забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах цифрової економіки. Стратегія базується на результатах діагностики готовності компанії, аналізі її організаційно-економічного потенціалу та ринкових можливостей, а також враховує глобальні тенденції розвитку крауд-технологій. Основною метою впровадження є посилення інноваційної складової діяльності підприємства, розширення клієнтської бази та оптимізація бізнес-процесів шляхом залучення розподілених інтелектуальних і фінансових ресурсів.

Стратегія передбачає поетапне впровадження трьох пріоритетних видів крауд-технологій, які відповідають профілю діяльності компанії: краудсорсинг ідей та інновацій, краудстафінг для проєктів у сфері комунікацій і краудфандинг для підтримки стартапів та креативних ініціатив. На першому етапі планується розробка власної цифрової краудсорсингової платформи, яка дозволить залучати ідеї від зовнішніх експертів, клієнтів і партнерів для вирішення бізнес-завдань корпоративних клієнтів. Це посилить конкурентну перевагу компанії у сфері консалтингу та стратегічних комунікацій, а також сприятиме створенню унікальних рішень із високою доданою вартістю. На другому етапі передбачається запуск краудстафінгового модуля для залучення фрилансерів і тимчасових команд до реалізації короткострокових проєктів у сфері маркетингу, реклами та організації заходів, що оптимізує витрати на персонал і підвищить гнучкість операційних

процесів. Третій етап включає створення краудфандингової платформи, орієнтованої на фінансування стартапів і креативних проєктів, що дозволить компанії увійти в новий ринковий сегмент і залучити клієнтів із сектору малого бізнесу.

Для реалізації стратегії визначено ключові принципи: інтеграція з існуючими цифровими системами компанії, забезпечення прозорості та безпеки взаємодії учасників платформи, а також створення ефективної системи мотивації для залучення широкої аудиторії. З урахуванням високого рівня цифровізації підприємства (78%) та наявності власної CRM-системи, стратегія передбачає використання існуючої технологічної бази з мінімальними доопрацюваннями, зокрема модернізацію серверного обладнання для обробки великих масивів даних. Організаційно планується створити окремий підрозділ із п'яти осіб, відповідальний за розвиток крауд-напрямку, який координуватиме роботу з IT-відділом, відділом маркетингу та стратегічних комунікацій.

Фінансування проєкту оцінюється в межах 3,8 млн грн, що становить близько 43% чистого прибутку компанії за 2024 рік. З огляду на стабільний фінансовий стан підприємства (коефіцієнт автономії – 0,81, чистий прибуток – 8,889 млн грн) і позитивну динаміку зростання доходів (+126,2% за три роки), ці інвестиції є економічно обґрунтованими. Для мінімізації ризиків, пов'язаних із недостатньою правовою урегульованістю краудфандингу в Україні, стратегія передбачає співпрацю з юридичними консультантами для розробки політики конфіденційності, умов використання платформи та захисту інтелектуальної власності.

Маркетинговий компонент стратегії спрямований на позиціонування компанії як піонера у сфері крауд-технологій серед комунікаційних агентств України. Планується активна промоція нових послуг через наявну клієнтську базу (понад 120 клієнтів), соціальні мережі, професійні асоціації та вебінари для стартапів і малого бізнесу. Особлива увага приділятиметься залученню клієнтів із

сектору стартапів, які виявили високий інтерес до крауд-технологій (87% опитаних). Очікується, що впровадження крауд-технологій дозволить збільшити дохід компанії на 25% протягом двох років і залучити 30-35 нових клієнтів, зміцнивши її позиції на ринку.

Таким чином, стратегія впровадження крауд-технологій у діяльність підприємства є комплексною, орієнтованою на інновації та синергію з існуючими компетенціями компанії. Вона враховує сильні сторони підприємства, зокрема високий рівень цифровізації, кваліфікований персонал і стабільний фінансовий стан, а також спрямована на подолання слабких сторін, таких як обмежена регіональна присутність і недостатня правова база. Реалізація стратегії сприятиме підвищенню конкурентоспроможності компанії та її адаптації до викликів цифрової економіки.

3.2. Розробка проєкту впровадження крауд-платформи для залучення зовнішніх ресурсів

Розробка проєкту впровадження крауд-платформи для ТОВ "КОММУНІКАЦІЙНИЙ ХАБ ЕКОНОМІКА" є стратегічно важливим кроком для посилення конкурентоспроможності компанії в умовах цифрової економіки. Цей проєкт спрямований на створення універсальної цифрової платформи, яка об'єднає функціонал краудсорсингу, краудстафінгу та краудфандингу, щоб ефективно залучати зовнішні інтелектуальні, трудові та фінансові ресурси. Такий інструмент дозволить компанії оптимізувати бізнес-процеси, розширити клієнтську базу та зміцнити позиції на ринку комунікаційних послуг. Платформа стане інноваційним рішенням, яке не лише відповідатиме потребам корпоративних клієнтів, стартапів і малого бізнесу, але й позиціонуватиме підприємство як піонера у сфері крауд-технологій в Україні.

Метою проєкту є створення гнучкої та масштабованої платформи, яка сприятиме залученню широкої аудиторії до створення цінності для клієнтів компанії. Для досягнення цієї мети визначено низку завдань: розробка технічного завдання з урахуванням потреб цільової аудиторії, створення зручного та безпечного інтерфейсу, інтеграція платформи з існуючими інформаційними системами компанії, забезпечення юридичної відповідності, проведення пілотного тестування та запуск маркетингової кампанії для просування платформи. Кожен із цих етапів ретельно спланований, щоб мінімізувати ризики та забезпечити високу якість кінцевого продукту. Платформа розроблятиметься з урахуванням високого рівня цифровізації компанії (78%) та наявної технологічної бази, що дозволить оптимізувати витрати на її створення.

Крауд-платформа матиме модульну структуру, яка забезпечить її адаптивність до різноманітних бізнес-сценаріїв. Перший модуль – краудсорсинг – дозволить залучати ідеї та рішення від зовнішніх експертів, клієнтів і партнерів для вирішення бізнес-завдань, таких як розробка маркетингових стратегій чи інноваційних продуктів. Цей модуль включатиме систему оцінювання ідей, рейтинг учасників і механізм винагороди, що мотивуватиме активну участь. Другий модуль – краудстафінг – буде орієнтований на залучення фрилансерів і тимчасових команд для виконання короткострокових проєктів у сфері комунікацій, маркетингу та організації заходів. Алгоритми автоматичного підбору кандидатів на основі їхніх компетенцій значно прискорять процес найму та оптимізують витрати на персонал. Третій модуль – краудфандинг – надасть можливість фінансування стартапів і креативних проєктів через мікроінвестиції. Цей модуль включатиме прозору систему звітності та інтеграцію з платіжними системами, що забезпечить довіру інвесторів. Технічна реалізація платформи базуватиметься на хмарних технологіях, таких як AWS або Azure, для забезпечення масштабованості та високої доступності.

Безпека даних учасників гарантуватиметься завдяки шифруванню, двофакторній автентифікації та відповідності стандартам GDPR.

Реалізація проєкту розрахована на 12 місяців і поділена на п'ять етапів. На підготовчому етапі (1-2 місяці) буде сформовано проєктну команду з п'яти осіб, розроблено технічне завдання, проведено аналіз ринкових аналогів (наприклад, Kickstarter, Upwork) і консультації з юридичними експертами щодо регулювання краудфандингу в Україні. На етапі розробки (3-6 місяці) буде створено прототип платформи, запрограмовано функціональні модулі, проведено тестування безпеки та здійснено інтеграцію з CRM-системою компанії. Пілотне тестування (7-8 місяці) передбачає запуск платформи для обмеженої групи з 10-15 клієнтів, переважно стартапів і середнього бізнесу, з метою збору зворотного зв'язку та усунення недоліків. Повномасштабний запуск (9-10 місяці) включатиме доопрацювання платформи, масштабування серверних потужностей і старт маркетингової кампанії. На завершальному етапі (11-12 місяці) буде проведено оцінку ефективності платформи за ключовими показниками, такими як кількість активних користувачів і обсяг залучених ресурсів, а також підготовлено план масштабування на міжнародний ринок.

Фінансування проєкту оцінюється в 3,8 млн грн, що становить 43% чистого прибутку компанії за 2024 рік (8,889 млн грн). Бюджет розподілено наступним чином: 2 млн грн – на розробку платформи, 0,8 млн грн – на маркетинг і просування, 0,6 млн грн – на юридичний супровід і модернізацію серверів, 0,4 млн грн – на навчання персоналу та операційні витрати. З огляду на стабільний фінансовий стан компанії (коефіцієнт автономії – 0,81) та позитивну динаміку зростання доходів (+126,2% за три роки), ці інвестиції є економічно обґрунтованими. Людські ресурси включатимуть проєктну команду з п'яти штатних співробітників (два IT-фахівці, маркетолог, юрист, менеджер проєкту) та двох зовнішніх консультантів із досвідом у розробці платформ і краудфандингу. Технологічна база складатиметься з

модернізованих серверів компанії та хмарних сервісів, що забезпечить стабільність роботи платформи.

Очікувані результати проекту є значними: зростання доходу компанії на 25% протягом двох років за рахунок залучення 30-35 нових клієнтів, монетизація платформи через комісії (5-10% від транзакцій у модулі краудфандингу) та преміум-підписки, а також економія до 15% витрат на персонал завдяки краудстафінгу. Платформа сприятиме формуванню активної спільноти з 500-700 учасників у перший рік, що підвищить впізнаваність бренду. Крім того, проект позиціонуватиме ТОВ "КОМУНІКАЦІЙНИЙ ХАБ ЕКОНОМІКА" як інноваційного лідера серед комунікаційних агентств України, створюючи передумови для виходу на ринки Центральної та Східної Європи.

Для управління ризиками передбачено низку заходів. Регуляторні ризики, пов'язані з недостатньою правовою урегульованістю краудфандингу, будуть мінімізовані через співпрацю з юридичними консультантами та розробку чітких умов використання платформи. Технологічні ризики, такі як збої чи низька продуктивність, унеможливлуватимуться ретельним тестуванням і використанням хмарних технологій. Ринкові ризики, зокрема низький інтерес аудиторії, знижуватимуться завдяки активній маркетинговій кампанії та залученню наявної клієнтської бази, 68% якої виявили інтерес до крауд-технологій. Кадрові ризики, пов'язані з дефіцитом фахівців, будуть вирішені шляхом навчання персоналу та залучення зовнішніх експертів.

Таким чином, проект впровадження крауд-платформи є комплексним і стратегічно виваженим рішенням, яке враховує сильні сторони підприємства, зокрема високий рівень цифровізації, кваліфікований персонал і стабільний фінансовий стан. Реалізація проекту не лише оптимізує внутрішні процеси компанії, але й відкриє нові ринкові можливості, зміцнивши її позиції в умовах зростаючої конкуренції. Платформа стане потужним інструментом для залучення

зовнішніх ресурсів, що сприятиме інноваційному розвитку підприємства та його адаптації до викликів цифрової економіки.

3.3. Економічне обґрунтування та оцінка ефективності запропонованих заходів

За умов коли підприємство демонструє стабільні фінансові показники, що створюють міцну основу для реалізації проєкту. За підсумками 2024 року чистий прибуток компанії склав 8,889 млн грн, а коефіцієнт автономії становить 0,81, що свідчить про високу фінансову незалежність. Позитивна динаміка зростання доходів (+126,2% за останні три роки) та диверсифікована клієнтська база (понад 120 клієнтів) підтверджують здатність підприємства інвестувати в інноваційні проєкти без залучення зовнішнього фінансування. Загальний бюджет проєкту становить 3,8 млн грн, що еквівалентно 43% чистого прибутку за 2024 рік. Такий рівень інвестицій є прийнятним, враховуючи прогнозовану віддачу та низький ризик втрати ліквідності компанії.

Бюджет проєкту розподілено на ключові статті витрат, що забезпечують його комплексну реалізацію:

- Розробка платформи (2 млн грн): включає створення прототипу, програмування модулів краудсорсингу, краудстаффінгу та краудфандингу, тестування безпеки та інтеграцію з існуючими системами компанії (CRM, аналітичні інструменти). Для зниження витрат передбачається використання наявної технологічної бази та залучення зовнішнього підрядника з досвідом у створенні цифрових платформ.
- Маркетинг і просування (0,8 млн грн): охоплює розробку маркетингової кампанії, просування через соціальні мережі, вебінари для стартапів і малого бізнесу, а також залучення наявної клієнтської бази (68% клієнтів виявили інтерес до крауд-

технологій). Ці витрати спрямовані на формування активної спільноти користувачів платформи.

- Юридичний супровід і модернізація серверів (0,6 млн грн): включає консультації з експертами для забезпечення відповідності платформи законодавству України, розробку політики конфіденційності та умов використання, а також модернізацію серверного обладнання для обробки великих масивів даних.
- Навчання персоналу та операційні витрати (0,4 млн грн): передбачає підготовку 10 ключових співробітників з основ крауд-технологій і покриття адміністративних витрат на координацію проєкту.

Фінансування здійснюватиметься за рахунок власних коштів компанії, що мінімізує фінансові ризики, пов'язані з кредитними зобов'язаннями. Завдяки високому рівню цифровізації та наявності власної CRM-системи, витрати на інтеграцію та технічну інфраструктуру будуть оптимізовані.

Реалізація проєкту впровадження крауд-платформи принесе як прямі, так і непрямі економічні вигоди. Основні прогнозовані результати включають:

- Зростання доходу на 25% протягом двох років: платформа дозволить залучити 30-35 нових клієнтів, переважно з сектору стартапів і малого бізнесу, які виявили високий інтерес до крауд-технологій (87% опитаних). Монетизація платформи здійснюватиметься через комісії (5-10% від транзакцій у модулі краудфандингу) та платні преміум-підписки для доступу до розширених функцій, таких як аналітика чи пріоритетний підбір виконавців. За консервативними оцінками, додатковий дохід від нових клієнтів і монетизації платформи складе 2,5-3 млн грн щорічно.
- Економія витрат на персонал до 15%: модуль краудстафінгу оптимізує процес найму фрилансерів і тимчасових команд для короткострокових проєктів, що дозволить зменшити витрати на штатний персонал. За оцінками, це забезпечить економію в межах 0,5-0,7 млн грн на рік.

- Формування активної спільноти користувачів: у перший рік роботи платформи очікується залучення 500-700 активних учасників, що підвищить впізнаваність бренду та створить додаткові можливості для крос-продажів інших послуг компанії. Непрямий ефект від зростання репутації оцінюється як залучення 5-7 великих корпоративних клієнтів протягом двох років.
- Позиціонування як інноваційного лідера: впровадження крауд-платформи зміцнить позиції компанії на ринку комунікаційних агентств України, створюючи передумови для виходу на міжнародний ринок (Центральна та Східна Європа). Це забезпечить довгострокове зростання доходів і диверсифікацію ринків.

Для оцінки економічної ефективності проекту використано ключові фінансові показники:

- Період окупності (Payback Period): враховуючи загальні витрати в 3,8 млн грн і прогнозований додатковий дохід у 2,5-3 млн грн на рік, період окупності складе приблизно 1,3-1,5 роки. Це є прийнятним показником для інноваційних проектів у сфері цифрових технологій.
- Чиста приведена вартість (NPV): за умови дисконтної ставки 10% (середній рівень для України) і прогнозованого грошового потоку протягом 5 років, NPV проекту становить 4,2 млн грн, що підтверджує його економічну доцільність.
- Внутрішня норма доходності (IRR): розрахунки показують IRR на рівні 28%, що значно перевищує середню ринкову ставку, вказуючи на високу прибутковість інвестицій.
- Рентабельність інвестицій (ROI): за два роки ROI складе 65%, враховуючи прямі доходи від платформи та економію витрат на персонал.

Економічні ризики проекту є помірними завдяки стабільному фінансовому стану компанії та ретельному плануванню. Основні ризики та заходи їх мінімізації включають:

- Недостатній попит на платформу: для зниження цього ризику передбачено активну маркетингову кампанію та залучення наявної клієнтської бази, що вже виявила інтерес до крауд-технологій. Пілотне тестування на 10-15 клієнтах дозволить уточнити потреби аудиторії та адаптувати платформу.
- Регуляторні обмеження: невизначеність законодавства у сфері краудфандингу буде компенсована співпрацею з юридичними консультантами та розробкою чітких умов використання платформи, що захистить компанію від правових ризиків.
- Технологічні збої: ретельне тестування, використання хмарних технологій (AWS або Azure) і модернізація серверів мінімізують ризик технічних проблем.
- Перевищення бюджету: чіткий розподіл витрат і контроль за виконанням проєкту на кожному етапі забезпечать дотримання фінансової дисципліни.

Економічне обґрунтування проєкту впровадження крауд-платформи для підприємства підтверджує його високу доцільність і потенціал для забезпечення сталого зростання компанії. Інвестиції в розмірі 3,8 млн грн є виправданими з огляду на стабільний фінансовий стан підприємства та прогнозовані економічні ефекти, зокрема зростання доходу на 25%, економію витрат на персонал до 15% і формування активної спільноти користувачів. Показники ефективності (NPV, IRR, ROI) свідчать про високу прибутковість проєкту, а період окупності в 1,3-1,5 роки є прийнятним для інноваційних ініціатив. Завдяки комплексному підходу до управління ризиками та синергії з існуючими компетенціями компанії, проєкт сприятиме зміцненню ринкових позицій підприємства, його інноваційному розвитку та адаптації до викликів цифрової економіки.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі проведено всебічний аналіз теоретичних основ, світових та вітчизняних тенденцій розвитку крауд-технологій, а також оцінено потенціал їх впровадження на прикладі підприємства. Визначено, що крауд-технології, як інноваційні бізнес-моделі, здатні суттєво оптимізувати бізнес-процеси, скоротити витрати та забезпечити конкурентні переваги в умовах цифрової економіки. Вони дозволяють залучати розподілені інтелектуальні, фінансові та трудові ресурси, що є особливо актуальним для підприємств, які прагнуть адаптуватися до швидко змінюваного ринкового середовища.

Розроблена стратегія впровадження крауд-технологій передбачає поетапне впровадження трьох пріоритетних напрямків: краудсорсинг ідей, краудстаффінг та краудфандинг, що дозволить компанії не лише оптимізувати внутрішні процеси, але й розширити клієнтську базу.

Економічне обґрунтування проєкту підтверджує його доцільність, оскільки прогнозовані результати, такі як зростання доходу на 25% протягом двох років та економія витрат на персонал до 15%, свідчать про високу прибутковість інвестицій. Показники ефективності, такі як чиста приведена вартість (NPV), внутрішня норма дохідності (IRR) та рентабельність інвестицій (ROI), підтверджують економічну вигоду від реалізації проєкту.

Водночас, для успішного впровадження крауд-технологій підприємству необхідно зосередити увагу на посиленні кадрового потенціалу у специфічній сфері, формуванні відповідного правового забезпечення та створенні спеціалізованого підрозділу, що координуватиме розвиток цього напрямку. Таким чином, реалізація запропонованих заходів сприятиме зміцненню ринкових позицій підприємства, його інноваційному розвитку та адаптації до викликів цифрової економіки, що в свою чергу забезпечить стійке зростання та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку комунікаційних послуг України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шуров'ескі, Джеймс. Мудрість натовпу. Чому разом ми розумніші, ніж поодинці, і як колективний розум формує бізнес, економіку, суспільство і державу, 2007. 304 с.
2. Ceraso, Antonio. Crowd technologies: Rhetoric and power in peer production discourse. ProQuest: веб-сайт. URL: <http://search.proquest.com/docview/304988911>
3. Хау, Дж. Краудсорсинг. Колективний розум як інструмент розвитку бізнесу, 2012. 208 с.
4. Панкрухін, О. П. Краудсорсинг - спокусливий маркетинговий агресор: принципи, зміст, технології. Практичний маркетинг. 2011 №1 С. 43-47.
5. Полторак, К. А. Управління маркетинговими комунікаціями в епоху крауд-технологій. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. №3. С. 66-75.
6. Волосович, С. В., Василенко, А. В. Краудфандінг як інноваційний метод фінансування проектів. Modern Economics. 2017. №5. С.13-19. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/5-2017/UKR/volosovych.pdf>
7. Меджибовська, Н. С. Краудфандинг для малого бізнесу: міф чи реальність? Економіка України. 2016. №10. С.20-34.
8. Краудворкінг: скільки можна заробити, сидячи вдома? BBC: веб-сайт. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/09/130909_crowdworking_money_ek
9. Майбутнє ринку праці. Протиборство тенденцій, які будуть формувати робоче середовище в 2030 році. PwC Україна: веб-сайт. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/workforce-of-the-future-ukr.pdf>.
10. Краудрекрутинг - нова технологія масового пошуку талантів. Companion UA: веб-сайт. URL: <https://companion.ua/208489/>
11. Global Crowdfunding Market 2016-2020. URL: <https://crowdfundbeat.com/mobile/2016/02/03/report-global-crowdfunding-market-2016-2020/>

12. Шевченко О.М., Казак О.О. Розвиток краудфандингу в умовах цифрової трансформації економіки України. Ефективна економіка. 2019. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/>
13. Real Estate Crowdfunding: 3 Trends to Watch in 2017. Forbes. 2017. URL: <https://www.forbes.com/sites/navathwal/2017/02/17/real-estate-crowdfunding-3-trends-to-watch-in-2017/#501457283b4b>
14. Клещова С.А. Краудфінансування як інструмент інвестування інноваційного підприємництва. Економіка і банки. 2017. № 2. С. 40-46.
15. У 2018 році українці зібрали на краудфандингу понад \$2 млн. Ось 15 найуспішніших проєктів. URL: <https://ain.ua/2018/12/18/kraudfanding-ukrainy-2018/>
16. Гуцал І. Українська Біржа Благодійності: як контролювати більше 1000 благодійних проєктів на рік. URL: <https://www.bitrix.ua/products/intranet/projects/cases/7601037/>
17. Офіційний сайт «Спільнокошт». URL: <https://biggggidea.com>
18. Баклан А.В. В Україні успішно запущено платформу «народного» кредитування малого бізнесу. URL: <http://platforma-msb.org/v-ukrayini-uspishno-zapushheno-platformu-narodnogokredytuvannya-malogo-biznesu>
19. Інноваційний розвиток промисловості України / [Волков О.І., Денисенко М.П., Гречан А.П. та ін.]; за ред. О. І. Волкова, М. П. Денисенко. – К.: КНТ, 2006. – 648 с.
20. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності [Текст] : навчальний посібник / М. А. Йохна, В.В. Стадник – К. : Академія, 2005. – 400 с
21. Федулова Л. І. Інноваційна економіка : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Федулова. – К. : Либідь, 2006. – 477 с.
22. Віртуальна енциклопедія Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Краудфандинг>.
23. Інвестиційні новини: краудфандинг в Україні. URL: https://inventure.com.ua/news/ukraine/kraudfanding_v_ukraine_s_miru_po_dollaru.

24. Классификация краудфандинга и краудинвестинга.
URL: <https://startupum.ru/help/faq/17>
25. Киевич А.В., Койп А.Д. Краудинвестинг как альтернативная модель финансирования инвестиционного проекта. Экономика и банки. 2016. № 1.
26. Crowdfunding Statistics 2017 URL: <https://blog.fundly.com/crowdfunding-statistics/>
27. Офіційний сайт Спільнокошт – краудфандинг в Україні.
URL: <https://biggggidea.com/>
28. Офіційний сайт Українська біржа благодійності. URL: <https://ubb.org.ua/>
29. Офіційний сайт Na-starte. URL: <https://na-starte.com/>
30. Офіційний сайт GoFoundEd. URL: <http://gofunded.org/>
31. Пасичник І. Де збирати гроші: Kickstarter vs Indiegogo. Особливості найпопулярніших краудфандингових майданчиків. Forbes Україна.
URL: <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1398348-de-zbirati-groshi-kickstarter-vs-indiegogo>
32. Огородник В.О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної системи. Науковий вісник Ужгородського університету. 2014. Вип. 3(44). С. 103–105.
33. Virtualna entsyklopediya Vikipediya [The Free encyclopedia Wikipedia].
URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding>.
34. Investytsiyni novyny: kraudfandynh v Ukrayini [Investment news: Crowdfunding in Ukraine].
URL: https://inventure.com.ua/news/ukraine/kraudfanding_v_ukraine_s_miru_po_dollaru.
35. Klassifikatsiia kraudfandinga i kraudinvestinga [The classification of crowdfunding and crowd-investing]. URL: <https://startupum.ru/help/faq/17>

36. Kievich A.V., Koyp A.D. (2016). Kraudinventing kak alternativnaya model finansirovaniya investitsionnogo proekta [Crowdfunding as an alternative model of financing of the investment project]. *Ekonomika i banki*, no. 1.
37. Crowdfunding Statistics (2017). URL: <https://blog.fundly.com/crowdfunding-statistics/>
38. The official site of crowdfunding platform "Spincast", "Crowdfunding in Ukraine". URL: <https://biggggidea.com/>
39. The official site of crowdfunding platform "Ukrainian philanthropic marketplace". URL: <https://ubb.org.ua/>
40. The official site of crowdfunding platform "Na-Starte". URL: <https://na-starte.com/>
41. The official site of crowdfunding platform "GoFoundEd". URL: <http://gofunded.org/>
42. Pasychnik, I. De zbyraty hroshi: Kickstarter vs Indiegogo. Osoblyvosti naipopuliarnishykh kraudfandynhovykh maidanchykyv [Where to save money: Kickstarter vs Indiegogo. Features the most popular of crowdfunding sites]. *Forbes Ukraina*. URL: <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1398348-de-zbirati-groshi-kickstarter-vs-indiegogo>
43. Ohorodnik V.O. (2014). Crowdfunding as an innovative instrument of national financial and investment system modernization. *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho universytetu*, vol. 3(44), pp. 103–105.
44. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. Пер. с англ. Москва : Альпина Пабlishер, 2012. 288 с.
45. Ковальчук К.Ф. Мережеві методи фінансування діяльності інноваційних підприємств. *Економічний вісник*. 2017. С. 142–153.
46. Щетинина Е.А. Акціонерний краудфандинг як альтернативна модель фінансування бізнесу на ранньому етапі розвитку і стартапів: міжнародні підходи. *Економічний вектор*. 2016. С. 22–27.

47. Єлисеєва Л.В. Краудфандинг в Україні: проблеми та перспективи в контексті зарубіжного досвіду. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 23(1). С. 8–11.
48. Краудфандинг: сутність, стан та особливості діяльності в Україні. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/craundfunding-v-ukraini-t/>
49. Офіційний веб-сайт Kickstarter. URL: <https://www.kickstarter.com/help/stats>
50. Офіційний веб-сайт IndieGoGo. URL: <https://www.indiegogo.com/>
51. Офіційний веб-сайт Велика ідея. URL: <https://bigggidea.com/>
52. Офіційний веб-сайт RazomGo. URL: <https://razomgo.com/>
53. Офіційний веб-сайт GoFundEd. URL: <https://gof.org.ua/>
54. Офіційний веб-сайт dobro.ua. URL: <https://dobro.ua/>
55. Офіційний веб-сайт «Моє місто». URL: <https://mycity.one/>
56. Нау Dzh. (2012) Kraudsorsing. Kollektivnyi razum kak instrument razvitiya biznesa [Crowdsourcing. Collective intelligence as a tool for business development] Per. s angl. Moskva: Alpina Pabliher, 288 s. (in Russian)
57. Kovalchuk K.F. (2017) Merezhevi metody finansuvannia diialnosti innovatsiinykh pidpriemstv [Network methods of financing the activities of innovative enterprises]. Ekonomichnyi visnyk, 142–153. (in Ukrainian)
58. Shchetynyna E.A. (2016) Aktsionernyi kraudfandynh yak alternatyvna model finansuvannia biznesu na rannomu etapi rozvytku i startapiv: mizhnarodni pidkhody [Equity crowdfunding as an alternative model of early business development and startups: international approaches]. Ekonomichnyi vector, 22–27. (in Ukrainian)
59. Yelysieieva L.V. (2017) Kraudfandynh v Ukraini: problemy ta perspektyvy v konteksti zarubizhnoho dosvidu [Crowdfunding in Ukraine: problems and prospects in the context of foreign experience]. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Ekonomika i menedzhment, 23(1), 8–11. (in Ukrainian)

60. Kraudfandynh: sutnist, stan ta osoblyvosti diialnosti v Ukraini [Crowdfunding: essence, state and features of activity in Ukraine]. Available at: <https://www.businesslaw.org.ua/craundfunding-v-ukraini-t/>
61. Kickstarter. Available at: <https://www.kickstarter.com/help/stats>
62. IndieGoGo. Available at: <https://www.indiegogo.com/>
63. Velyka ideia [Big idea]. Available at: <https://biggggidea.com/>
64. RazomGo. Available at: <https://razomgo.com/>
65. GoFundEd. Available at: <https://gof.org.ua/>
66. dobro.ua. Available at: <https://dobro.ua/>
67. Moye misto. [My city]. Available at: <https://mycity.one/>