

УДК 336.012.23:330.34

Рудь

Оксана Василівна

ст. викладач кафедри фінансів

Черкаського державного технологічного університету

rud76ox@gmail.com

Снитюк

Оксана Іванівна,

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів

Черкаського державного технологічного університету

oks2312@ukr.net

Бережна

Леся Віталіївна

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів

Черкаського державного технологічного університету

lvberezhna@ukr.net

КРАУДФАНДИНГ: СУТНІСТЬ, ВИДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

CROWDFUNDING: ESSENCE, TYPES AND PROSPECTS OF IMPLEMENTATION IN UKRAINE

У статті розкривається сутність краудфандингу, його види та механізм фінансування проектів за допомогою цього методу. Авторами розроблена класифікація краудфандингу з урахуванням різних підходів. Особлива увага приділена світовому досвіду краудфандингу, перевагам та недолікам використання цього методу фінансування для всіх його учасників. В статті обґрунтована доцільність використання цього методу фінансування у вітчизняній практиці.

В статье раскрывается сущность краудфандинга, его виды и механизм финансирования проектов с помощью этого метода. Авторами разработана классификация краудфандинга с учетом различных подходов. Особое внимание уделено мировому опыту краудфандинга, преимуществам и недостаткам использования этого метода финансирования для всех его участников. В статье обоснована целесообразность использования этого метода финансирования в отечественной практике.

The article reveals the essence of crowdfunding, its types and the mechanism of financing projects. The authors created a classification of crowdfunding using different approaches. The particular attention is paid to the world's experience in crowdfunding, advantages and disadvantages of using this

method of funding for all its participants. The article proves the expediency of using this method of funding in Ukraine.

Ключові слова: краудфандинг, краудфандингові платформи, фінансування, стартапи, проекти.

Ключевые слова: краудфандинг, краудфандинг платформы, финансирование, стартапы, проекты.

Key words: crowdfunding, crowdfunding platform, financing, startups, projects.

ВСТУП

Сучасне постіндустріальне суспільство розвивається в умовах глобалізаційних та інтеграційних процесів, потужного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, що впливають на всі його сфери та визначають вектор подальшого розвитку країн з інноваційною економікою. Соціалізація економічних відносин в цих країнах створила підґрунтя для фінансування нових (інноваційних) проектів на основі колективної участі окремих індивідів за рахунок впровадження новітніх фінансових механізмів, методів та технологій, що є невід’ємними складовими «економіки спільної участі» [1]. Це дозволяє вирішувати важливі прикладні завдання в багатьох сферах суспільного життя без безпосередньої участі держави та традиційних механізмів фінансування.

Впровадження інновацій значно пришвидшує прогрес та є невід’ємною складовою конкурентоспроможної економіки. В той же час, ці процеси у вітчизняній практиці зіштовхуються з проблемами дефіциту державного бюджету та браку інвестицій, що спонукає до вивчення досвіду колективного фінансування (краудфандингу) в економічно розвинених країнах.

У науковій літературі проблеми краудфандингу висвітлюються багатьма зарубіжними науковцями, серед яких особливої уваги заслуговують праці А. Агравалія, К. Каталіні, А. Гольдфарба [2,3,4], П. Беллефламме [5], Д. Каммінга [6], І. Молліка [7], В. Куппусвами, Б. Баюса [8] та ін. Незважаючи на стрімке поширення краудфандингу в світі, дослідження його у вітчизняній науковій літературі знаходиться на початковому етапі. Серед вітчизняних

науковців слід відзначити праці Ю.М. Петрушенка [9], А.Ю. Ковальової [10], О.С. Марченко [11,12,13], В.О. Огородник [14] та ін. Існуючі наукові розробки з цієї проблеми охоплюють лише окремі аспекти краудфандингу та потребують більш детальних досліджень. Зокрема, важливим завданням є з'ясувати переваги та недоліки застосування цього методу фінансування для всіх учасників краудфандингу, оцінити перспективи його використання у вітчизняній практиці.

МЕТА РОБОТИ

полягає у розкритті сутності та видів краудфандингу, з'ясуванні його переваг та недоліків для всіх учасників фінансування проектів (стартапів), перспектив використання краудфандингу у вітчизняній практиці на основі вивчення світового досвіду.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти.

При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, вибіркового, графічного, групування, порівняння та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

У науковій літературі поняття краудфандингу відносно нове, вперше теоретичні узагальнення щодо його природи здійснив Джефф Хау у своїй статті «The Rise of Crowdsourcing» [15], що була опублікована у 2006 році та в подальшому розвинув у книзі «Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business» [16].

Краудфандинг (від англ. crowdfunding: crowd – натовп, funding – фінансування) – колективне фінансування (народне фінансування або масове фінансування).

Науковець університету Пенсильванії (США) Ітан Моллік, відомий дослідник у цій сфері, у своїй праці [7], пов'язуючи появу краудфандингу з розвитком мікрофінансування та краудсорсингу, зазначає, що він являє собою унікальну категорію фандрайзингу, полегшеної зростаючою кількістю

інтернет сайтів.

Автори статті [17] А. Швінбахер та Б. Ларальд вважають, що краудфандинг є запитом, в основному через інтернет, на надання фінансових ресурсів, або у вигляді пожертвувань, або в обмін на яку-небудь форму винагороди та/або права голосу в проекті, з метою підтримки ініціатив для конкретних цілей.

Краудфандинг – співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило, через інтернет, щоби підтримати зусилля інших людей або організацій [18, 19].

Серед вітчизняних науковців це поняття найповніше розкриває у своїх працях О.С. Марченко [11, 12, 13], яка під краудфандингом розуміє новітню технологію залучення коштів великої кількості інвесторів – користувачів інтернет, пов'язаних соціальними мережами, з метою фінансування різноманітних проектів [11, с.28; 12, с.37]. Це технологія соціального фінансування через інтернет, залучення соціальних інвестицій, що здійснюють особи, які не є інституційними інвесторами [12, с.37].

Без обмеження загальності ми сформулювали авторське визначення цього поняття: краудфандинг – це метод, що дозволяє на добровільних та попередньо погоджених умовах залучати дрібні заощадження від порівняно великої кількості населення через спеціалізований інтернет – портал для фінансування різноманітних проектів, без залучення традиційних фінансових посередників.

На думку О.С. Марченко головними суб'єктами соціального фінансування виступають люди («натовп»), для яких внесення коштів у певні проекти (виробничі, інноваційні, культурні тощо) є заняттям тимчасовим і додатковим до основних видів їх економічної активності [12, с.37].

Погоджуючись з такою позицією науковця частково, зауважимо, що на нашу думку, учасники краудфандингу є рівнозначними за своєю значимістю у механізмі фінансування. З одного боку, учасниками краудфандингу є проекти (стартапи), які намагаються зібрати кошти (англ. fundraisers), а з

іншого – інвестори (споживачі), які хочуть взяти участь у фінансуванні нових проектів (англ. funders), взаємодія між ними опосередковується краудфандинговою платформою (англ. crowdfunding platform (CFP)) (рис. 1).

Але не всі автори проектів, бажаючи отримати фінансування, можуть скористатись краудфандингом. Для успішного фінансування краудфандингового проекту, він має відповідати таким загальним вимогам:

- проект має бути цікавим для певної аудиторії споживачів;
- організатори проекту зобов'язані підготувати бізнес-план та розрахувати обсяг капіталу, який необхідно залучити для його реалізації (враховуючи оплату послуг CFP);
- передбачити варіанти винагороди для інвесторів (спонсорів) залежно від розміру інвестиції, починаючи від символічної (листівки, наліпки, особиста зустріч з авторами проекту та ін.) до їх участі у капіталі чи прибутках підприємства;
- організаторам проекту бажано заручитись підтримкою друзів у соціальних мережах.

В свою чергу, CFP необхідно забезпечити повну прозорість на кожному етапі збору коштів, внесення платежів, отримання та відслідковування інформації про проект має бути зручним та доступним для інвесторів (спонсорів).

Кожна CFP висуває власні стандартні умови до проектів. Краудфандингові платформи можна розглядати як «двосторонні платформи»: вони дозволяють взаємодіяти двом «сторонам» (проектам та інвесторам), чії вимоги мають бути узгоджені. CFP працює через інтернет-портал, який обробляє фінансові операції, а також надає такі послуги, як медіа-хостінг, забезпечує взаємодію через соціальні мережі та полегшує контакт з інвесторами. CFP супроводжує проект протягом строку розміщення його на платформі, надаючи технічну та інформаційну підтримку.

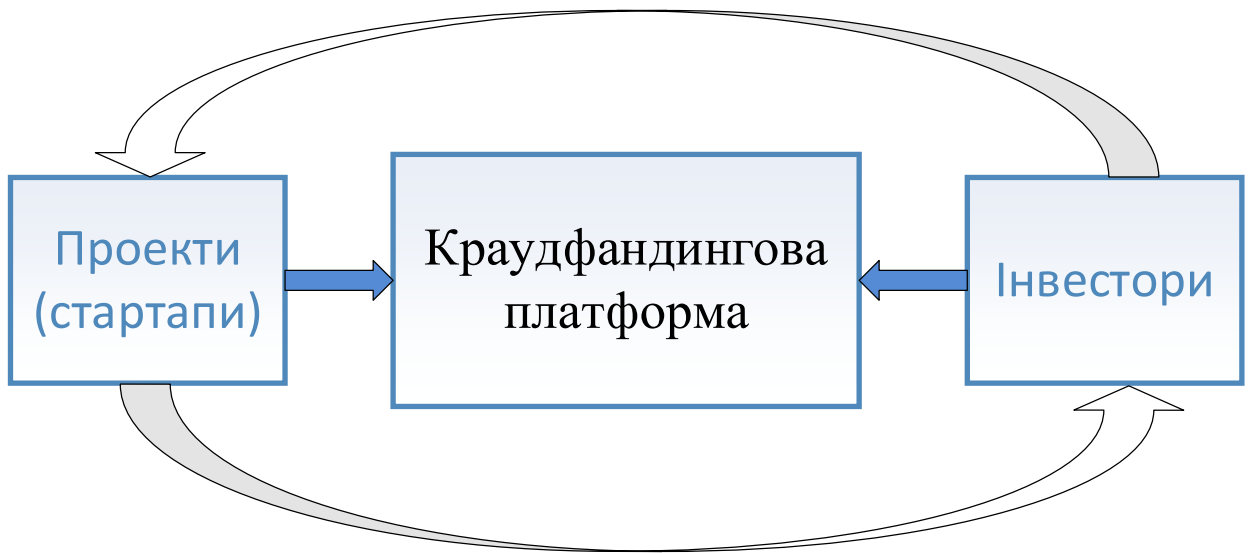


Рисунок 1 – Механізм фінансування на краудфандинговій платформі

Краудфандинг сприяє створенню прозорого та ефективного механізму для народного фінансування стартапів. Тому кошти, зібрані на краудфандинговій платформі, як лакмусовий папірець дозволяють визначити потенційні можливості реалізації стартапу, віднайти його «слабкі» місця.

Краудфандингові платформи надають авторам проектів широкий спектр консалтингових (як правило, частково безоплатно) та посередницьких послуг (на умовах комісійної винагороди). Відсоток комісійної винагороди розраховується за результатами збору коштів, від загальної суми, зібраної на платформі.

Оскільки технологія краудфандингу надає широкі можливості його застосування, краудфандинг можна класифікувати за такими ознаками (рис.2):

- залежно від сфери реалізації краудфандингового проекту (творчий, політичний, соціальний, медичний, бізнес, інноваційний (стартапи));
- залежно від місця фінансування краудфандингового проекту (національний, міжнародний);

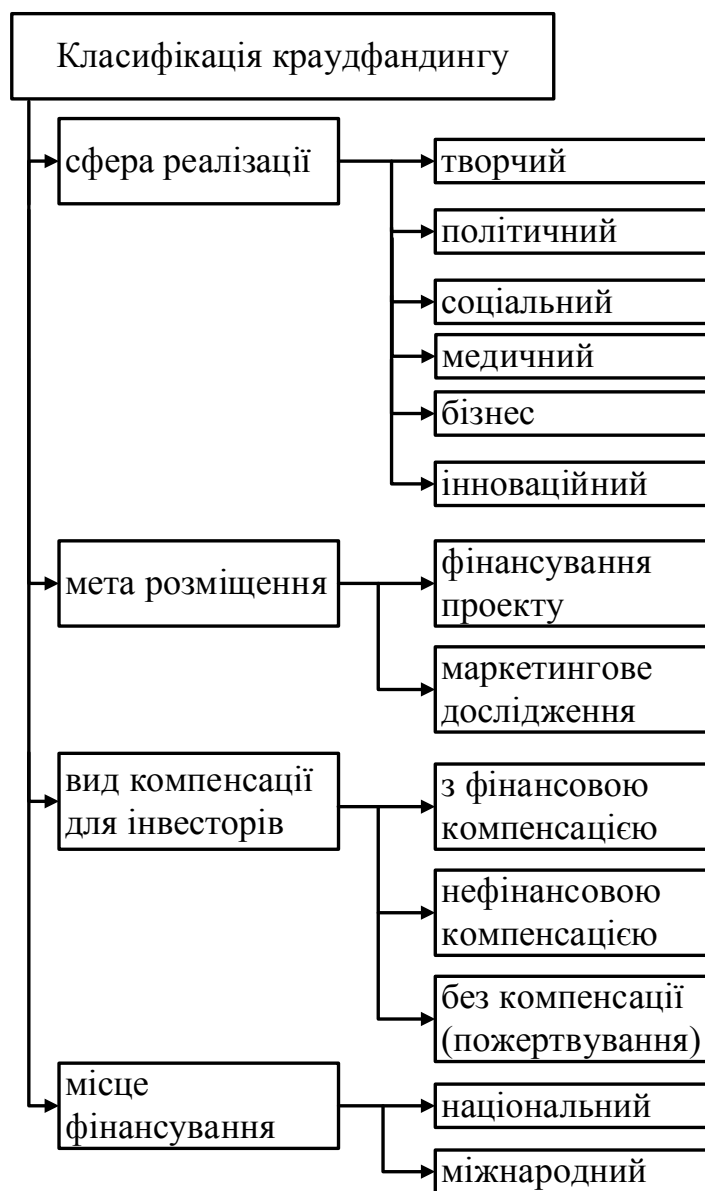


Рисунок 2 – Класифікація краудфінансінга *

* - складено авторами на основі [5, 20, 21]

- залежно від мети краудфінансінгового проекту (краудфінансінг, кінцевою метою якого є фінансування проекту; краудфінансінг, кінцевою метою якого є маркетингове дослідження);
- залежно від передбаченого виду компенсації для інвесторів (спонсорів) (з фінансовою компенсацією, нефінансовою компенсацією та без компенсації (пожертвування)).

Розглянемо детальніше останню ознаку наведеної класифікації. Фінансування проектів на краудфінансінгових платформах може суттєво відрізнитись за обсягом зобов'язань перед інвесторами та відповідальністю за

реалізацію проекту. Це й зумовлює необхідність виділити три основні види краудфандингу за видом компенсації інвесторам – з фінансовою компенсацією, нефінансовою компенсацією та без компенсації (рис.3).

Краудфандинг без компенсації («*donation-based crowdfunding*») – фінансування без повернення вкладень, коли відбувається колективне фінансування стартапу, без фінансових зобов'язань зі сторони проекту. Цей вид краудфандингу широко використовується для фінансування благодійних (збір коштів на допомогу в лікуванні захворювання або на діяльність благодійної організації), соціальних та політичних проектів.

Краудфандинг з нефінансовою компенсацією інвесторам – найпоширеніший за кількістю платформ вид краудфандингу, завдяки якому здійснюється фінансування різноманітних проектів, починаючи від креативних і закінчуючи складними технологічними продуктами.

Нефінансові компенсації можуть надаватися інвесторам як:

- 1) *попередні продажі* («*reward-based crowdfunding*») – збір коштів на виробництво конкретного товару від зацікавлених осіб в його одержанні (термін надання товару інвесторам обумовлюється, але не є обов'язковим);
- 2) *інша форма нефінансової винагороди* (згадування в проекті імені інвестора, особиста зустріч з творцями проекту, запрошення прийняти участь у профінансованій події, запрошення на концерт, згадка в титрах, перший зразок виробленого продукту, автограф та ін.).

В першому випадку, автори проектів обіцяють надати виготовлений продукт відразу після його виробництва, таким чином, інвестори стають першими власниками результату колективного фінансування. Однак, як зазначає І. Моллік [7], перешкодою цьому може стати не лише недофінансування проекту, але і його перефінансування, коли підприємець вимушений брати на себе зобов'язання на виготовлення більшої кількості товару протягом того самого часу.

Найуспішнішою платформою, яка працює за принципом нефінансової винагороди і, зокрема, пропонує модель попередніх продажів, є

краудфандингова платформа Кікстартер [22].

Краудфандинг з фінансовою компенсацією може існувати у таких формах:

1. *Колективне (народне) кредитування («crowdlending»)*: кредити для фізичних осіб; кредити для юридичних осіб; соціальні кредити.

Перевагою цього виду краудфандингу для кредиторів є гарантія повернення інвестованого капіталу з відсотками (виняток складає соціальне кредитування фізичних осіб, яке здійснюється переважно на безоплатній основі) відповідно до затвердженого графіку погашення кредиту; широкі можливості вибору об'єктів кредитування. Для авторів проектів цей вид краудфандингу привабливий простотою його отримання та нижчими процентними ставками, порівняно з банківськими.

Оскільки платформ для кредитування фізичних осіб у кількісному вираженні більше, ніж для юридичних осіб, то для фізичних осіб існують широкі можливості вибору умов кредитування, в той час як обсяги кредитів, наданих для юридичних осіб, складають значну частку інвестицій цього типу. Кредитування фізичних осіб може здійснюватися як у вигляді народного кредитування, так і у вигляді P2P кредитування [23], коли позичальник спілкується не зі знеособленою масою людей, а з безпосереднім кредитором. Краудфандингова платформа в даному випадку виступає посередником та гарантом всієї процедури [20].



Рисунок 3 – Класифікація краудфандингу за видом компенсації*

* - складено авторами на основі [5, 20, 21]

2. Участь у прибутках («royalty-based crowdfunding»).

У цьому випадку інвестори претендують на частину отриманого прибутку за результатами реалізації проекту.

Краудфандинг, що ґрунтується на участі у прибутках, переважно використовується в сфері фінансування творчих та розважальних проектів (музичних, розробки ігор, фільмів та ін.). З одного боку, для авторів проектів він дозволяє зберегти свою фінансову незалежність, а з іншого – забезпечити ефект співпричетності та фінансової вмотивованості для інвесторів.

3. Частка в капіталі («crowdinvesting»): пряме володіння; володіння через посередника; конвертована позика.

Цей вид краудфандингу передбачає, що інвестори стають власниками акцій або інших видів активів стартап-компанії пропорційно частці

інвестованих коштів. Він привабливий як для інвесторів, так і для авторів проектів, так як часто є єдиною можливістю отримати капітал для їх втілення.

Через законодавчі обмеження, на відміну від країн Європи та Австралії, цей метод фінансування не набув широкого поширення у США. Лише у квітні 2012 року було прийнято новий закон, спрямований на дерегуляцію колективного фінансування та спрощення процедури залучення інвестицій (JOBS Act (Jumpstart Our Business Startups Act) [24]). Цей закон дозволяє стартап-компаніям збирати до \$1млн. методом краудфандингу, без подання паперів та реєстрацій на продаж акцій, як це відбувалось раніше [25]. Подальші поправки в американське законодавство сприяли легалізації використання краудфандингу в якості джерела повноцінного інвестування у компанію не лише для підприємців із високим доходом, а й для всіх громадян. Як наслідок, кількість краудфандингових платформ, як і залучені на них фінансові ресурси, з кожним роком збільшуються. Це сприяє створенню як нових високотехнологічних стартапів, так і компаній у сфері фінансових послуг із використанням сучасних технологій (використання відкритої архітектури, смарт-технологій та одночасного поєднання декількох джерел фінансування).

Дослідження механізму краудфандингового фінансування проектів дозволило з'ясувати позитивні та негативні аспекти використання цього методу для його учасників. Краудфандингові платформи пропонують інвесторам широкий спектр проектів для вибору прийнятних для них варіантів інвестування, дають можливість зекономити час на пошук об'єктів інвестування та забезпечують постійне інформування про проект.

Для підприємців краудфандинг дозволяє відносно швидко залучити фінансові ресурси, збільшує шанси на успіх проекту, дозволяє досягти оптимальної структури капіталу (краудінвестинг). Додатковою можливістю для підприємців є проведення маркетингового дослідження ринку, одночасно зі збором коштів. Проблемами, з якими найчастіше мають справи інвестори,

є асиметричність інформації (інвестори мають недостатньо інформації щодо імовірності реалізації проекту), відсутність можливості здійснювати контроль за використанням коштів підприємцями. Асиметричність інформації призводить до того, що інвестори намагаються отримати додаткові дані щодо надійності проекту, виходячи з поведінки інших інвесторів (які володіють таким же рівнем достовірної інформації про проект). У зарубіжній літературі така поведінка відома як *peer-effect* або *ефект колективної уваги* [5]. Можна припустити, що позитивний чи негативний вплив цього ефекту залежить переважно від перших інвесторів, оскільки всі наступні орієнтуються на їх вибір.

Розвиток краудфандингової платформи приводить до зростання як кількості проектів, що намагаються залучити інвестиції на ній, так і кількості інвесторів, зацікавлених у ефективному вкладенні капіталу. В той же час, якщо збільшення кількості інвесторів є однозначно позитивним явищем для платформи, то тенденція збільшення кількості проектів може мати як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, збільшення кількості проектів зменшує імовірність, що кожний з них буде успішно профінансовано (платформа може частково нейтралізувати цей ефект, проводячи більш жорстку модерацію проектів та привертаючи увагу інвесторів до тих, що близькі до досягнення фінансової мети). З іншого боку, велика кількість проектів збільшує різноманітність потенційних об'єктів інвестування (для нефінансової форми компенсації це дозволяє мати ширший вибір товарів), що сприяє збільшенню зацікавленості до них з боку інвесторів. Це активізує обмін досвідом між підприємцями, а платформа може собі дозволити залучати ширше коло консультантів вузької спеціалізації, що, в свою чергу, підвищує якість проектів та їх шанси бути профінансованими.

У світовій практиці обсяги краудфандингового фінансування стрімко зростають разом з іншими формами альтернативного онлайн фінансування. Згідно щорічних звітів з ринку альтернативних фінансів, що видаються

бізнес-школою Кембриджського університету [26], у 2015 році глобальний ринок склав 145,3 млрд дол. США, що на 264% більше, порівняно з 2014 роком. Найбільшу частку глобального ринку отримав Китай (101,69 млрд дол., темп його росту за 2014-2015 рр. склав 319%). Крім Китаю, в першу п'ятірку лідерів альтернативного фінансування також увійшли США (36,17 млрд дол., темп росту за аналогічний період склав 213%), Великобританія (4,9 млрд дол., темп росту – 71%), Японія (0,36 млрд дол., темп росту – 188%) та Франція (0,35 млрд дол., темп росту – 90%). Перша трійка лідерів має значний відрив як від інших країн, так і між собою. Трійка лідерів цього ринку за обсягом фінансування на душу населення є незмінною, але США випереджають Китай і розрив між лідерами є менш суттєвим: США – 112,14 дол., Китай – 74,16 дол., Великобританія – 72,41 дол.. За цим показником в першу п'ятірку потрапляють Нова Зеландія – 58,27 дол. та Естонія – 26,66 дол..

Існує думка, що до 2020 року загальна сума інвестицій, отриманих проектами внаслідок краудфандингу у світі, сягне 500 млрд дол. на рік [27].

В Україні краудфандинг знаходиться в початковому стані розвитку. На сьогодні функціонують такі вітчизняні краудфандингові майданчики, як *Спільнокошт* або *BigIdea* [28] (найбільша вітчизняна краудфандингова платформа, орієнтована на проекти з розвитку сильного й відкритого суспільства, ініціативи активних громадян); *Na-Starte* [29] (платформа, що дозволяє зібрати кошти на фінансування різноманітних стартапів, у випадку отримання необхідного обсягу фінансування для реалізації проекту, винагорода платформи складає 8% від зібраних коштів); *Сім зірок* [23] (платформа для взаємного фінансування між приватними особами, де можна вкласти гроші в цікавий проект та отримати додатковий прибуток або позику від приватних осіб без відсотків).

Погоджуючись з О.С. Марченко, зазначимо, що цей метод фінансування в Україні не набув такого поширення як в економічно розвинених країнах світу [11, с.44]. Причинами цього найчастіше називають: низький рівень

доходів, унаслідок чого переважна більшість населення використовує їх на поточне споживання; низький рівень фінансової грамотності населення, що призводить до низького рівня мотивації до здійснення колективного фінансування; тінізація економіки та низький рівень довіри до фінансових установ та посередників.

ВИСНОВКИ

З огляду на динамічний розвиток краудфандингу та збільшення кількості краудфандингових платформ у світі, цей метод фінансування має гарні перспективи застосування не лише на фінансових ринках економічно розвинутих країн, але й в Україні. Цьому сприяє різноманіття видів краудфандингу та переваги колективного фінансування, що дозволяє врахувати інтереси авторів проектів (стартапів) та інвесторів, забезпечити прозоре та ефективне фінансування.

Для успішного розвитку краудфандингу в нашій країні необхідно вдосконалювати нормативно-законодавчу базу, зокрема, у частині захисту прав інвесторів, унаслідок існуючих ризиків не виконання підприємцями взятих на себе зобов'язань; сприяти підвищенню фінансової грамотності серед населення, розвивати навички управління фінансами та бізнес-планування серед засновників стартапів завдяки організації тренінгів, курсів. На нашу думку, краудфандинг, у випадку успішного вирішення зазначених проблем, здатний створити конкуренцію традиційним методам фінансування, що пропонуються на ринку фінансових послуг.

Список використаних джерел

1. Hamari, Juho; Sjöklint, Mimmi; Ukkonen, Antti (2016). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 67 (9): 2047–2059. doi:10.1002/asi.23552
2. Agrawal A. Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions / A. Agrawal, C. Catalini, A. Goldfarb. // *Journal of*

- Economics & Management Strategy. – 2015. – С. 253–274.
3. Agrawal A. Are Syndicates the Killer App of Equity Crowdfunding? / A. Agrawal, C. Catalini, A. Goldfarb. // California Management Review. – 2016. – №3. – С. 111–124.
 4. Catalini C. Can Equity Crowdfunding Democratize Access to Capital and Investment Opportunities? / C. Catalini, C. Fazio, F. Murray., 2016. – 15 с. – (Lab for Innovation Science and Policy Report). – (MIT Innovation Initiative).
 5. Belleflamme P. Understanding the Strategies of Crowdfunding Platforms / P. Belleflamme, N. Omrani, M. Peitz. // CESifo DICE Report. – 2016. – №14. – С. 6-10.
 6. Cumming D. Crowdfunding Models: Keep-It-All vs. All-Or-Nothing / D. Cumming, G. Leboeuf, A. Schwienbacher., 2015. – 41 с. – (Paris December 2014 finance meeting EUROFIDAI-AFFI paper).
 7. Mollick E. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study / Ethan Mollick. // Journal of Business Venturing. Volume 29, Issue 1 – 2014. – С. 1–16.
 8. Kuppuswamy V. Crowdfunding creative ideas: the dynamics of project backers in Kickstarter [Електронний ресурс] / V. Kuppuswamy, B. Bayus. – 2013. – Режим доступу: [http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2391270_code1731389 .pdf](http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2391270_code1731389.pdf).
 9. Петрушенко Ю.М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю.М. Петрушенко, О.В. Дудкін. // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – №1. – С. 172–182.
 10. Ковальова А.Ю. Підходи до створення успішного стартапу: світовий досвід [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://confcontact.com/2014_02_meshko/37_Kovalyova.html.
 11. Марченко О.С. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види / О.С. Марченко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – № 4(15). – 2013. – С. 26–35.

12. Марченко О.С. Соціально-економічні умови та проблеми розвитку краудфандингу в Україні / О.С. Марченко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2014. – №2. – С. 37–46.
13. Марченко О.С. Техніко-технологічні умови і розвитку краудфандингу в Україні / О.С. Марченко. // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2014. – №1(16). – С. 22–34.
14. Огородник В.О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної системи / В.О. Огородник. // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2014. – №3. – С. 103–105.
15. Howe J. The Rise of Crowdsourcing [Електронний ресурс] / J. Howe. // Wired. – Issue 1406. – June 2006. – Режим доступу: <http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>
16. Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.randomhouse.com/book/83579/crowdsourcing-by-jeff-howe/9780307396204/>
17. Schwienbacher A. Crowdfunding of small entrepreneurial ventures [Електронний ресурс] / A. Schwienbacher, B. Larralde // SSRN Electronic Journal. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://www.em-a.eu/fileadmin/content/REALISE_IT_2/REALISE_IT_3/CROWD_OUP_Final_Version.pdf.
18. Жданова Д. Краудфандинг – это что? [Електронний ресурс] / Д. Жданова // Платформа для спільного фінансування креативних проєктів. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://smipon.ru/articles/crowdfunding-eto-cto>.
19. Crowdfunding [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/us/crowdfunding>.
20. Что такое Краудфандинг? [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding

21. Crowdfunding: major trends research notes [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.slideshare.net/The_Cambrian_Cloud/crowdfunding-23952092.
22. Kickstarter [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kickstarter.com/>.
23. P2P фінансування: можливість вкласти гроші [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://simzirok.com/>.
24. Jumpstart Our Business Startups Act [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://en.wikipedia.org/wiki/Jumpstart_Our_Business_startups_Act.
25. Перспективи краудфандинга: в США – закон, в Росії – шахрайство [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://republic.ru/future/perspektivy_kraudfandinga_v_ssha_zakon_v_rossii_moshennichestvo-875352.xhtml.
26. Global insights from regional Alternative Finance studies - KPMG [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/uk/pdf/2016/10/global-alternative-finance-report-web.pdf>.
27. Краудфандинг у розмірі \$500 млрд на рік та інші тренди fintech-стартапів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.imena.ua/blog/fintech-future/>.
28. Спільнокошт – краудфандинг в Україні. Велика Ідея [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://biggggidea.com/>.
29. Na-Starte - тут народжуються ідеї - Na-Starte.com [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://na-starte.com/>.