

Олеся ТОЦЬКА

доктор економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів, Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, Україна, Totska.Olesia@vnu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0003-4748-2134

Наталія ВАВДІЮК

студентка, Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, Україна, nataliavavdiyuk11.02.03@gmail.com

ДІЯЛЬНІСТЬ КРАУДФАНДИНГОВИХ ПЛАТФОРМ В УКРАЇНІ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Вступ. Краудфандингові платформи є одним із способів залучення коштів для фінансування проєктів. Вони надають авторам ідей онлайн-можливість залучити для їх реалізації кошти широкого кола осіб. В Україні функціонують кілька краудфандингових платформ, що динамічно розвиваються та допомагають авторам реалізувати проєкти у різних сферах.

Мета – проаналізувати діяльність краудфандингових майданчиків України та визначити регіональні особливості на прикладі платформи “Велика ідея”.

Методи. Використано методи аналізу та порівняння для вивчення фінансових аспектів і результатів діяльності краудфандингових майданчиків “Велика ідея”, “GoF” і “RazomGO”; рейтингового оцінювання – для рейтингування регіонів України за рівнем успішно реалізованих проєктів та їх інвесторів на платформі “Велика ідея”; теоретичного узагальнення – для формування висновків.

Результати. Проаналізовано фінансові аспекти діяльності українських краудфандингових платформ “Велика ідея”, “GoF” і “RazomGO”. Наведено дані щодо успішно реалізованих на них проєктів, інвесторів, залучених коштів. Розглянуто регіональний фокус фінансування громадянами різноманітних проєктів на платформі “Велика ідея”. На основі даних за 2015–2021 рр. сформовано поліноміальні лінії тренду для прогнозування кількості успішно реалізованих проєктів та інвесторів на цьому краудфандинговому майданчику. Побудовано рейтингову матрицю групування регіонів України за рівнями успішно реалізованих проєктів та їх інвесторів на платформі “Велика ідея”.

Висновки. Виявлено, що в регіональному контексті найбільш активними на платформі “Велика ідея” виявилися автори ідей й інвестори з Київської, Львівської та Харківської областей, найменш активними – мешканці Закарпатської та Сумської областей й АР Крим. Задля розширення кількості залучених до краудфандингу осіб і збільшення обізнаності українців про такий вид фінансування ідей визначено доціль-

ним проведення інформаційних кампаній адміністраторами платформ як на майданчиках, так і за їх межами, особливо в регіонах із низькою активністю жителів у такій фінансовій сфері.

Ключові слова: краудфандинг, краудфандингові платформи, проекти, інвестори, регіони України.

Табл.: 3, рис.: 1, бібл.: 13.

Olesia TOTSKA

Dr. Sc. (Economics), Assoc. Prof., Prof. at the Department of Finance, Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, Ukraine, Totska.Olesia@vnu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0003-4748-2134

Nataliia VAVDIUK

student, Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, Ukraine, nataliavavdiyuk11.02.03@gmail.com

ACTIVITY OF CROWDFUNDING PLATFORMS IN UKRAINE: REGIONAL ASPECT

Introduction. There are several crowdfunding platforms in Ukraine, which are dynamically developing and helping authors to find investors.

The purpose of the article is to analyze the activities of crowdfunding platforms in Ukraine and identify regional features on the example of the platform “Big Idea”.

Methods. Methods of analysis and comparison, rating assessment, theoretical generalization are used.

Results. The financial aspects of placing projects on the crowdfunding platforms “Big Idea”, “GoF” and “RazomGO”, and the results of their activities in terms of successfully implemented projects, attracting investors and funds are considered. Based on the data of the platform-leader “Big Idea” for 2015–2021, forecast trend models were built. The zoning of the regions of Ukraine was carried out on the basis of their ratings according to the indicators of successfully implemented projects and their investors on the platform “Big Idea”.

Conclusions. It was found that the leaders in the number of successfully implemented projects and their investors on the platform “Big Idea” are Kyiv, Lviv and Kharkiv regions, outsiders – Transcarpathian and Sumy regions, Crimea.

Keywords: crowdfunding, crowdfunding platforms, projects, investors, regions of Ukraine.

JEL Classification: G10, G29, G39.

Постановка проблеми. Одним із способів залучення коштів для фінансування проєктів є використання краудфандингових платформ. Зауважимо, що термін “краудфандинг” (від англ. “crowdfunding”) означає “фінансування громадою”. Тобто краудфандингові платформи надають

авторам ідей онлайн-можливість залучити для їх реалізації кошти широкого кола осіб. Окрім того, інвестори в швидкому майбутньому можуть перетворитися на споживачів результатів упровадження профінансованих ними ідей у життя.

В Україні функціонують кілька краудфандингових платформ (“Велика ідея”, “GoF”, “RazomGO” й ін.), що динамічно розвиваються та допомагають авторам реалізувати проєкти у різних сферах. Однак наявні регіональні відмінності у кількості як успішно реалізованих проєктів, так і інвесторів.

Необхідність дослідження проблеми у регіональному розрізі пов’язана з тим, що активність авторів ідей з різних областей України є неоднаковою. Водночас спостерігаються і розбіжності у фінансовій інклюзії, зокрема фінансовій грамотності потенційних інвесторів з різних регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості застосування краудфандингу для фінансування проєктів за різними видами економічної діяльності дослідила низка вітчизняних і зарубіжних науковців. Зокрема, С. Ганущин – у практиці публічного адміністрування [1], М. Женченко – у видавничій галузі [2], Л. Куценко – у видавничій справі [3], Л. Некрасова, М. Давиденко – в ІТ-сфері [4], Н. Подоляка – в журналістиці та видавничій справі [5] тощо. Однак у цих публікаціях відсутні дослідження регіональних аспектів розвитку краудфандингу в Україні. Щодо зарубіжних публікацій, то відмітимо дослідження краудфандингу в таких сферах: Г. Бассані, Н. Маринеллі та С. Вісмара – у сфері охорони здоров’я [6], М. Фанея-Івановичі – в кінематографі [7], Х. Хорта, М. Меолі та С. Вісмара – у вищій школі [8], Г. Лело де Ларреа, М. Алтін і Д. Сінгх – у ресторанному бізнесі [9], Й. Штреле, Ф. Ланг – у музичному бізнесі [10].

Метою статті є аналіз діяльності краудфандингових майданчиків України та визначення регіональних особливостей на прикладі платформи “Велика ідея”.

Виклад основного матеріалу дослідження. Краудфандинг є новітнім механізмом залучення коштів від багатьох фізичних

осіб, які прагнуть фінансово підтримати певний проєкт. Своєю чергою, краудфандингові платформи – це спеціалізовані сайти, де автори різноманітних проєктів можуть розповісти про свій задум та отримати громадське фінансування в обмін на свій продукт і спеціальні винагороди. Такі платформи бувають загальними (працюють одразу з багатьма сферами: економіка, музика, екологія, мистецтво, соціальний бізнес, технології тощо) і спеціалізованими (напр., освітні) [3].

На сьогодні найбільш популярними та перспективними краудфандинговими майданчиками України є “Велика ідея”, “GoF” та “RazomGO”. Розглянемо фінансові аспекти їх діяльності детальніше.

Метою програми “Спільнокошт” на платформі “Велика ідея” є збір актуальних, суспільно значущих проєктів учасників на сайті, а також акумулювання внесків добровольців з метою їх подальшого перерахування на користь обраного добровольцем проєкту. Розробником і регулятором програми, а також власником та адміністратором інтернет-сайту <http://biggggidea.com>, за допомогою якого реалізується програма, є громадська організація “Гараж Генг”. Автор проєкту самостійно обирає загальну суму грошових коштів, необхідну для реалізації проєкту, а також термін (від 15 до 100 календарних днів з дати публікації проєкту на сайті), протягом якого така сума має бути зібрана за допомогою сайту та програми. Автор та/або виконавець проєкту зобов’язаний запропонувати добровольцям отримання винагороди за здійснення внесків і надати детальний опис такої винагороди, а також умов і строків її отримання на сайті. При перерахуванні виконавцю проєкту грошових коштів організація самостійно утримує з цієї суми адміністративні витрати у розмірі 10%, що включають комісії платіжних систем і витрати на розвиток веб-ресурсу та популяризацію програми [11].

Фінансові потреби авторів ідей на цій платформі достатньо різноманітні: на обіди для безпритульних збирають 1,24 млн грн; створення комедійного фільму “Пропала Грамота 2” – 1 млн грн; дитячий спортивний табір – 250 тис. грн; створення альбому пластових пісень “Пісеньки Лисички-сестрички” – 222 тис. грн; соціальне підприємництво “Вільна нитка” – 38,63 тис. грн тощо.

GoF – це краудфандингова платформа освітніх проєктів. Адмініструє проєкт громадська організація “На часі”. З 2020 р. платформа приймає проєкти лише від учасників програми “Школа 3.0” чи інших навчальних програм і проєктів Центру інноваційної освіти “Про.Світ” та освітні проєкти загальнонаціонального значення, що відповідають цінностям і цілям команди платформи. Ініціатор проєкту самостійно обирає загальну суму грошових коштів, необхідну для реалізації проєкту, а також термін, протягом якого така сума має бути зібрана за допомогою краудфандингу (не більше 60 днів). При перерахуванні ініціатору проєкту грошових коштів організація самостійно утримує з цієї суми адміністративні витрати у розмірі 10%, що скеровують на розвиток веб-ресурсу і популяризацію, а також можливі комісії платіжних систем [12].

На цьому майданчику було успішно профінансовано такі проєкти: “Скалодром у майбутнє” – 58,557 тис. грн (101 доброчинець; 102% від заявленого бюджету); “Lego school” – 41,101 тис. грн (103 доброчинці; 119% від потрібної суми); “Крафтова майстерня мила та свічок” – 8,614 тис. грн (55 доброчинців; 100% від заявленого бюджету) тощо.

Власником інтернет-платформи www.gazomgo.com є товариство з обмеженою відповідальністю “РАЗОМ-ГОУ”. Користувач платформи у якості автора проєкту може самостійно визначити систему

вкладів та обсяг вкладів, які необхідні для реалізації свого проєкту. Згідно із системою вкладів проєкту “Усе або нічого” автор самостійно встановлює термін, протягом якого необхідно зібрати заявлений ним обсяг вкладів на користь проєкту. У тому випадку, якщо проєкт зібрав 100% і більше суми вкладів за заявлений час, вклади (грошові кошти) перераховують автору. В іншому випадку зібрані вклади повертаються на особистий баланс рахунків користувачів всередині інтернет-платформи. Згідно із “Гнучкою системою вкладів”, автор заявляє певний обсяг вкладів на проєкт протягом певного періоду часу (який може бути продовжений). У тому випадку, якщо за вказаний період проєкт зібрав більше 50% від заявленого обсягу вкладів, грошові кошти перераховують автору. Незалежно від обраної системи вкладів, з виплачених грошових коштів (вкладів) утримуються податки у порядку та в розмірах, встановлених чинним законодавством України. Платформа бере комісію тільки з успішно профінансованих проєктів і тільки за фактом успішного фінансування [13].

За допомогою цього майданчика, серед іншого, було зібрано кошти на такі проєкти: захист для медпрацівників – Covid-2019 (268,852 тис. грн; 325 благодійників); реконструкція будинку для народних ремесел (77 тис. грн; 51 благодійник); будівництво й обладнання майстерні подарунків ручної роботи “Пан Кокос” (70 тис. грн; 175 благодійників).

За час свого функціонування згадані краудфандингові платформи досягли таких результатів:

- 1) “Велика ідея” – 555 успішно реалізованих проєктів, 68 354 інвестори, 50 009 045 грн залучених коштів;
- 2) “GoF” – 135 успішно реалізованих проєктів, 6 642 інвестори, 4 893 082 грн залучених коштів;

3) “RazomGO” – 12 успішно реалізованих проєктів, 1 110 інвесторів, 505 457 грн залучених коштів [11–13].

Оскільки платформа “Велика ідея” є одним із лідерів у сфері вітчизняного краудфандингу, а також враховуючи наявність на ній даних про географію доброчинців і проєктів, стало можливим розглянути регіональний фокус фінансування громадянами різноманітних проєктів в Україні (табл. 1, 2).

Як демонструє табл. 1, найбільша кількість успішно реалізованих проєктів здійснена у Київській, Львівській і Харківській областях (25 і >). Інші регіони України характеризуються порівняно низькою кількістю профінансованих програм (<25). Загалом упродовж семи останніх років на платформі було розміщено 705 проєктів, 542 з яких втілено в життя [11]. Динаміка їх реалізації є неоднорідною: зростання показників чер-

Таблиця 1
Кількість успішно реалізованих проєктів на платформі “Велика ідея”*

№ з/п	Область/регіон	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Всього по області/регіону
1	АР Крим	0	0	0	0	0	0	0	0
2	Вінницька	0	4	0	3	1	0	0	8
3	Волинська	0	0	0	1	2	1	0	4
4	Дніпропетровська	3	2	3	2	2	2	1	15
5	Донецька	3	2	2	2	5	3	2	19
6	Житомирська	0	0	1	2	0	1	0	4
7	Закарпатська	0	0	0	0	1	0	0	1
8	Запорізька	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Івано-Франківська	5	1	1	2	3	2	1	15
10	Київська	34	51	39	46	48	32	17	267
11	Кіровоградська	0	0	1	0	1	0	0	2
12	Луганська	0	0	0	0	1	0	0	1
13	Львівська	12	17	19	17	16	10	7	98
14	Миколаївська	0	3	0	0	0	0	0	3
15	Одеська	1	3	3	1	3	1	1	13
16	Полтавська	0	1	1	0	2	0	0	4
17	Рівненська	3	3	2	2	3	2	2	17
18	Сумська	0	0	0	1	0	0	0	1
19	Тернопільська	1	0	0	0	0	1	0	2
20	Харківська	3	3	4	5	6	3	1	25
21	Херсонська	1	1	1	1	3	1	1	9
22	Хмельницька	1	1	1	1	2	1	1	8
23	Черкаська	1	2	4	2	3	1	1	14
24	Чернівецька	1	0	0	0	0	1	0	2
25	Чернігівська	2	1	2	3	1	0	1	10
Разом		71	95	84	91	103	62	36	542

*Складено на основі [11].

Таблиця 2

Кількість інвесторів проєктів на платформі “Велика ідея”*

№ з/п	Область/регіон	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Всього по області/регіону
1	АР Крим	4	2	2	5	3	2	4	22
2	Вінницька	7	12	15	35	29	41	44	183
3	Волинська	4	8	8	10	19	12	68	129
4	Дніпропетровська	8	44	37	73	82	22	115	381
5	Донецька	13	8	20	46	24	56	99	266
6	Житомирська	3	3	10	9	15	30	25	95
7	Закарпатська	3	3	5	10	8	17	30	76
8	Запорізька	8	5	8	15	32	48	51	167
9	Івано-Франківська	44	30	43	52	43	46	78	336
10	Київська	425	429	427	639	583	837	851	4 191
11	Кіровоградська	2	3	9	14	51	44	63	186
12	Луганська	2	2	2	4	14	8	66	98
13	Львівська	114	127	137	250	228	289	350	1 495
14	Миколаївська	2	5	2	10	13	22	18	72
15	Одеська	23	29	30	38	39	87	57	303
16	Полтавська	8	6	13	24	23	49	64	187
17	Рівненська	18	18	16	22	22	41	50	187
18	Сумська	7	4	5	13	7	22	33	91
19	Тернопільська	10	6	7	17	11	55	42	148
20	Харківська	40	50	37	151	155	203	156	792
21	Херсонська	5	6	10	11	8	17	22	79
22	Хмельницька	7	9	16	24	29	46	56	187
23	Черкаська	17	22	25	46	38	46	51	245
24	Чернівецька	9	9	8	18	18	24	28	114
25	Чернігівська	3	6	6	11	17	35	58	136
Разом		786	846	898	1 547	1 511	2 099	2 479	10 166

* Складено на основі [11].

гуються зі спадами. Зокрема, в останні два роки намітилася тенденція до спаду, що пов'язано з пандемією коронавірусної хвороби (COVID-19). На основі сумарних показників нами побудовано поліноміальну лінію тренду з найбільшою величиною достовірності апроксимації ($R^2 = 0,8274$) вигляду:

$$y_i = -4,6429x^2 + 31,714x + 43,429, \quad (1)$$

згідно з якою в майбутньому передбачається зменшення кількості успішно реалізованих проєктів на платформі “Велика ідея”.

Табл. 2 демонструє, що лідерами за кількістю користувачів, які підтримали грошовими коштами розміщені на платформі “Велика ідея” проєкти, також були Київська, Львівська та Харківська області (792 і >). Загальна кількість інвесторів у всі роки, окрім

2019 р., зростала. Варто зауважити, що переважна більшість доброчинців, які робили внески, не зазначили своїх міст. Так, за підсумком 2015–2021 рр., лише 15 761 особа з 67 398 вказали своє місце проживання [11]. На основі сумарних показників нами побудовано іншу поліноміальну лінію тренду з найбільшою величиною достовірності апроксимації ($R^2 = 0,9606$) вигляду:

$$y_2 = 34,643x^2 + 15,643x + 696,86, \quad (2)$$

згідно з якою в майбутньому передбачається збільшення кількості інвесторів проєктів на платформі “Велика ідея”.

Рейтингування областей України за рівнем успішно реалізованих проєктів та їх інвесторів на платформі “Велика ідея” в 2015–2021 рр. проведемо на основі табл. 3.

Таблиця 3

Рейтингування областей України за рівнем успішно реалізованих проєктів та їх інвесторів на платформі “Велика ідея” в 2015–2021 рр.*

№ з/п	Область/region	Рейтинг областей за рівнем успішно реалізованих проєктів	Рейтинг областей за рівнем інвесторів проєктів
1	АР Крим	24	25
2	Вінницька	12	13
3	Волинська	14	17
4	Дніпропетровська	6	4
5	Донецька	4	7
6	Житомирська	14	20
7	Закарпатська	21	23
8	Запорізька	24	14
9	Івано-Франківська	6	5
10	Київська	1	1
11	Кіровоградська	18	12
12	Луганська	21	19
13	Львівська	2	2
14	Миколаївська	17	24
15	Одеська	9	6
16	Полтавська	14	9
17	Рівненська	5	9
18	Сумська	21	21
19	Тернопільська	18	15
20	Харківська	3	3
21	Херсонська	11	22
22	Хмельницька	12	9
23	Черкаська	8	8
24	Чернівецька	18	18
25	Чернігівська	10	16

* Складено на основі табл. 1, 2.

Кожному регіону присвоєно рейтинг від 1 (найбільший показник) до 25 (найменший показник). Зауважимо, що у випадку тотожності показників (напр., загальна кількість успішно реалізованих проєктів в Дніпропетровській й Івано-Франківській областях дорівнювала 15), їх рейтинг був однаковим і рівним найвищій можливій позиції (6 і 6, а не 6 і 7). На основі табл. 3 побудовано рейтингову матрицю групування областей України (рис. 1).

У цій матриці всі області України розподілено на сім зон:

зона 1 – дуже високий рівень (обидві рейтингові позиції від 1 до 5) – Київська, Львівська та Харківська (12% областей);

зона 2 – високий рівень (обидві рейтингові позиції від 5 до 10) – Рівненська, Івано-Франківська, Черкаська й Одеська (16%);

зона 3 – середній рівень (обидві рейтингові позиції від 10 до 15) – Вінницька (4%);

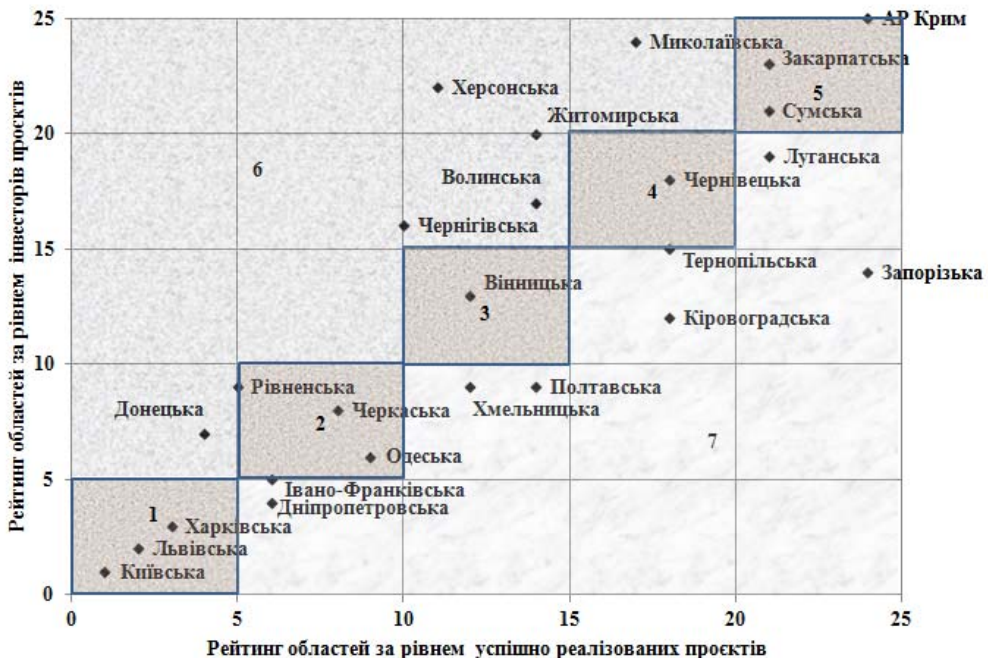
зона 4 – низький рівень (обидві рейтингові позиції від 15 до 20) – Тернопільська та Чернівецька (8%);

зона 5 – дуже низький рівень (обидві рейтингові позиції від 20 до 25) – Закарпатська, Сумська й АР Крим (12%);

зона 6 – зона дисбалансу з вищим рівнем успішно реалізованих проєктів – Донецька, Чернігівська, Херсонська, Волинська, Житомирська та Миколаївська (24%);

зона 7 – зона дисбалансу з вищим рівнем інвесторів – Дніпропетровська, Хмельницька, Полтавська, Кіровоградська, Луганська та Запорізька області (24%).

Як бачимо, кількість регіонів з чітко визначеною позицією, що потрапили до зон



Зона 1 – дуже високий рівень; зона 2 – високий рівень; зона 3 – середній рівень; зона 4 – низький рівень; зона 5 – дуже низький рівень; зона 6 – зона дисбалансу з вищим рівнем успішно реалізованих проєктів; зона 7 – зона дисбалансу з вищим рівнем інвесторів проєктів.

Рис. 1. Рейтингова матриця групування регіонів України за рівнями успішно реалізованих проєктів та їх інвесторів на платформі "Велика ідея"*

* Складено на основі табл. 3.

1–5, та кількість областей, що потрапили до зон дисбалансів 6–7, розподілилися приблизно порівну: 13:12.

Висновки. Краудфандинг в Україні поступово набирає обертів: створено спеціальні платформи (“Велика ідея”, “GoF”, “RazomGO”), на яких автори ідей мають можливість знайти однодумців та інвесторів. Водночас адміністратори майданчиків при перерахуванні виконавцю проєкту грошових коштів, за умови збору всієї суми, утримують певну її частину, що включає комісії платіжних систем і витрати на розвиток та популяризацію веб-ресурсу. Одним із лідерів у сфері вітчизняного краудфандингу є платформа “Велика ідея”, з допомогою якої за останні сім років було успішно реалізовано 555 проєктів, залучено 68 354 інвестори та понад 50 млн грн. Для прогнозування її діяльності побудовано дві моделі $y_1 = -4,6429x^2 + 31,714x + 43,429$ (для кількості успішно реалізованих проєктів) та $y_2 = 34,643x^2 + 15,643x + 696,86$ (для кількості інвесторів). На цій платформі в регіональному контексті найбільш активними виявилися автори ідей й інвестори з Київської, Львівської та Харківської областей, найменш активними – мешканці Закарпатської та Сумської областей і АР Крим. Задля розширення кількості залучених до краудфандингу осіб й збільшення обізнаності українців про такий вид фінансування ідей, доцільним є проведення інформаційних кампаній адміністраторами платформ як на майданчиках, так і за їх межами, особливо в регіонах з низькою активністю жителів у такій фінансовій сфері. Водночас органи місцевого самоврядування також можуть сприяти поширенню інформації про можливості краудфандингових платформ серед мешканців своїх територіальних громад, які або шукають кошти для фінансування власних проєктів, або хочуть надати благодійну допомогу авторам проєктів. Перспек-

тиви подальших розвідок у цій сфері вбачаємо у вивченні регіональних особливостей фінансування проєктів на інших краудфандингових платформах України.

Список використаних джерел

1. Ганущин С. Н. Теоретико-методологічні аспекти застосування краудсорсингу та краудфандингу в практиці публічного адміністрування. *Ефективність державного управління*. 2015. Вип. 43. С. 81–90. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2015_43_12.
2. Женченко М. Краудфандинг як інноваційна бізнес-модель у видавничій галузі цифрової доби. *Вісник Книжкової палати*. 2016. № 10. С. 11–13. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2016_10_4.
3. Куценко Л. В. Чинники успішності краудфандингу у видавничій справі: світовий та вітчизняний досвід. *Держава та регіони. Соціальні комунікації*. 2019. № 4. С. 64–71. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/dsrk_2019_4_11.
4. Некрасова Л. А., Давиденко М. В. Впровадження краудфандингу для стимулювання інноваційної діяльності підприємств України в IT-сфері. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2014. Т. 19. Вип. 2(3). С. 76–81. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_2%283%29_19.
5. Подоляка Н. Краудфандинг у журналістиці та видавничій справі: джерелознавчий аспект. *Образ*. 2017. Вип. 4 (26). С. 106–112. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/obraz_2017_4_15.
6. Bassani G., Marinelli N., Vismara S. Crowdfunding in healthcare. *The Journal of Technology Transfer*. 2019. Vol. 44. P. 1290–1310. URL : <https://doi.org/10.1007/s10961-018-9663-7>.
7. Fanea-Ivanovici M. Filmmaking and crowdfunding: a right match? *Sustainability*. 2019. 11(3). P. 799. URL : <https://doi.org/10.3390/su11030799>.
8. Horta H., Meoli M., Vismara S. Crowdfunding in higher education: evidence from UK Universities. *Higher Education*. 2022. 83. P. 547–575. URL : <https://doi.org/10.1007/s10734-021-00678-8>.

9. Lelo de Larrea G., Altin M., Singh D. Determinants of success of restaurant crowdfunding. *International Journal of Hospitality Management*. 2019. Vol. 78. P. 150–158. URL : <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.003>.

10. Strähle J., Lang F. Crowdfunding: learnings from the music business. In: Strähle J. (eds). *Fashion & music*. Springer series in fashion business. Springer, Singapore. 2018. P. 223–243. URL : https://doi.org/10.1007/978-981-10-5637-6_12.

11. Велика ідея. URL : <https://biggggidea.com>.

12. GoF. URL : <https://gof.org.ua>.

13. RazomGO. URL : <https://razomgo.com>

References

1. Hanushchyn, S. N. (2015). Teoretyko-metodolohichni aspekty zastosuvannya kraud-sorsnyhu ta kraudfandyhnu v praktytsi publicnogo administruvannya [Theoretical and methodological aspects of crowdsourcing and crowdfunding implementation in the practice of public administration]. *Efektivnist derzhavnogo upravlinnia – Efficiency of Public Administration*, 43, 81–90. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2015_43_12.

2. Zhenchenko, M. (2016). Kraudfandyh yak innovatsiina biznes-model u vydavnychii haluzi tsyfrovoy doby [Crowdfunding as an innovative business model in the publishing industry of the digital age]. *Visnyk Knyzhkovoï palaty – Bulletin of the Book Chamber*, 10, 11–13. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2016_10_4.

3. Kutsenko, L. V. (2019). Chynnyky uspishnosti kraudfandyhnu u vydavnychii spravi: svitovyi ta vitchyznianyi dosvid [Factors of crowdfunding success in publishing: world and domestic experience]. *Derzhava ta rehiony. Sotsialni komunikatsii – State and Regions. Social Communications*, 4, 64–71. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2019_4_11.

4. Niekrasova, L. A., Davydenko, M. V. (2014). Vprovadzhennia kraudfandyhnu dlia stymuliuвання innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv Ukrainy v IT-sferi [Adopting crowdfunding to stimulate the ukrainian IT industry]. *Visnyk Odeskoho nat-*

sionalnoho universytetu. Ekonomika – Bulletin of Odessa National University. Economics, 19, 2(3), 76–81. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_2%283%29_19.

5. Podolyaka, N. (2017). Kraudfandyhnu u zhurnalistytsi ta vydavnychii spravi: dzhere-loznavchyi aspekt [Crowdfunding journalism and publishing: source aspect]. *Obraz – Image*, 4(26), 106–112. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/obraz_2017_4_15.

6. Bassani, G., Marinelli, N., Vismara, S. (2019). Crowdfunding in healthcare. *The Journal of Technology Transfer*, 44, 1290–1310. Available at: <https://doi.org/10.1007/s10961-018-9663-7>.

7. Fanea-Ivanovici, M. (2019). Filmmaking and crowdfunding: a right match? *Sustainability*, 11(3), 799. Available at: <https://doi.org/10.3390/su11030799>.

8. Horta, H., Meoli, M., Vismara, S. (2022). Crowdfunding in higher education: evidence from UK Universities. *Higher Education*, 83, 547–575. Available at: <https://doi.org/10.1007/s10734-021-00678-8>.

9. Lelo de Larrea, G., Altin, M., Singh, D. (2019). Determinants of success of restaurant crowdfunding. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 150–158. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.003>.

10. Strähle, J., Lang, F. (2018). Crowdfunding: learnings from the music business. In: Strähle, J. (eds). *Fashion & music*. Springer series in fashion business. Springer, Singapore, 223–243. Available at: https://doi.org/10.1007/978-981-10-5637-6_12.

11. Velyka ideia [Big idea]. Available at: <https://biggggidea.com>.

12. GoF. Available at: <https://gof.org.ua>.

13. RazomGO. Available at: <https://razomgo.com>.

Стаття надійшла до редакції 17.12.2021.