

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-27-28>

УДК 338.486,339.727.22

# ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ: КРАУДФАНДІНГ

## PECULIARITIES OF USING INNOVATIVE TOOLS ATTRACTING INVESTMENTS IN THE ENTERPRISE OF THE TOURISM INDUSTRY: COWD FUNDING

**Піляк Олександр Іванович**

аспірант Ph.D,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8877-2686>

**Джусов Олексій Анатолійович**

доктор економічних наук, доцент,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8600-4122>

**Pilyak Alexander, Dzhusov Oleksiy**

Oles Honchar Dnipro National University

Стаття присвячена розгляду можливості застосування сучасного інструментарію (краудфандінга) для залучення інвестицій для прискорення розвитку туризму в Україні та отримання від нього достатньої віддачі для економіки країни і суспільства в цілому. Розглянуто теоретичні та практичні аспекти новітнього інструменту фінансування проектів – краудфандінг. Охарактеризована сутність краудфандінгу, його технічні і технологічні особливості, а також виділено полюси та мінуси краудфандінга як інструменту залучення інвестицій, його основні учасників взаємодіючі в рамках процесу даного інструменту залучення інвестицій: краудфандінгова платформа, реципієнт і донори. Автором розроблена наочна технологічна схема взаємодії учасників в системі краудфандінга, охарактеризовані моделі краудфандінга, та основні типи краудфандінга в Україні.

**Ключові слова:** підприємства туристичної галузі, туристична інфраструктура, інвестиції, краудфандінг, краудфандінгова платформа.

Статья посвящена рассмотрению возможности применения современного инструментария (краудфандинг) для привлечения инвестиций для ускорения развития туризма в Украине и получения от него достаточной отдачи для экономики страны и общества в целом. Рассмотрены теоретические и практические аспекты нового инструмента финансирования проектов – краудфандинг. Охарактеризована сущность краудфандингом, его технические и технологические особенности, а также выделены полюсы и минусы краудфандинга как инструмента привлечения инвестиций, его основные участники взаимодействующие в рамках процесса данного инструмента привлечения инвестиций: краудфандинговая платформа, реципиент и доноры. Автором разработана наглядная технологическая схема взаимодействия участников в системе краудфандинга, охарактеризованы модели краудфандинга, и основные типы краудфандинга в Украине.

**Ключевые слова:** предприятия туристической отрасли, туристическая инфраструктура, инвестиции, краудфандинг, краудфандинговая платформа.

The article is devoted to the consideration of the possibility of using modern tools (crowdfunding) to attract investment in order to accelerate the development of tourism in Ukraine and get from it a sufficient return for the economy and society as a whole. Theoretical and practical aspects of the newest tool of project financing – crowdfunding are considered. The essence of crowdfunding, its technical and technological features are described, as well as the poles and disadvantages of crowdfunding as a tool for attracting investment, its main participants interacting within the process of this investment attraction tool: crowdfunding platform, recipient and donors. The main terminological categories of crowdfunding are defined: crowdfunding platform, recipient and donor. The author has developed

a visual technological scheme of interaction of participants in the crowdfunding system. Crowdfunding models are also described, as well as three main types of crowdfunding in Ukraine: charitable crowdfunding, community development crowdfunding, and non-financial reward crowdfunding platforms, as well as possible donor benefits and fundraising conditions. Peculiarities and possibilities of using crowdfunding tools to attract investments in the development of enterprises in the tourism industry of Ukraine are analyzed. The most popular crowdfunding platforms in Ukraine and the world are described, and their key features are given. Existing examples of the use of crowdfunding to invest in the development of tourism enterprises, including to finance the development of tourism facilities and enterprises in the field of tourism, tourism infrastructure. It is concluded that the use of crowdfunding techniques in tourism should be carried out in the following areas: improving the tourist destination, creating a tourist product, financing the development of tourism enterprises, development of infrastructure facilities in the field of tourism, and implementation of projects for restoration and repair of national tourist facilities. It is established that the areas of use of crowdfunding techniques in tourism should be carried out in the following areas: improvement of the tourist destination; creation of a tourist product; financing the development of tourism enterprises; development of infrastructure facilities in the field of tourism; implementation of projects for restoration and repair of national tourist facilities.

**Keywords:** tourism enterprises, tourist infrastructure, investments, crowdfunding, crowdfunding platform.

**Вступ.** У сучасному світі туризм розглядається як важливе соціально-економічне, соціокультурне явище, яке має як прямий, так і опосередкований вплив на різні аспекти розвитку сучасного суспільства будь-якої країни світу.

Беззаперечним є той факт, що туристична галузь, на сучасному етапі розвитку світової економіки, визнається одним з найважливіших активів будь-якої країни світу. Висока роль туризму характеризується тими обставинами, що вони є високопродуктивними факторами створення нових підприємств і додаткових робочих місць, сприяє розвитку супутніх галузей дорожньої, автотранспортної, страховий, торгівлі, тощо, а також збереженню національної та культурної спадщини. Крім цього, розвиток туризму також стимулює розвиток елементів власної інфраструктури, таких як ресторани і готелі, підприємства туристичного сервісу, розважальні установи, тощо. Не менш важливою економічною функцією туризму є диверсифікація економіки галузей, які обслуговують індустрію туризму, що забезпечує підвищення доходів населення і зростання рівня добробуту нації.

Вплив туризму на економічний розвиток країни характеризується також підвищенням інтенсивності ділової активності та розширення виробництва товарів і послуг в результаті зростання платоспроможного попиту, за рахунок залучення як іноземної, так і національної валюти екскурсантів.

В Україні поки що туризм займає незначну частку в ВВП приблизно на рівні 1,5%, що практично в 10 разів менше за середньосвітовий показник, який становить – 10% ВВП [1].

Незважаючи на той факт, що практично всі регіони України мають досить унікальні і цікаві туристичні локації, за якими можна скласти затребувані ринком туристичні маршрути, реальні показники відвідуваності країни, що

збираються туристичні зборів і надходжень до бюджету, а також витрат самого бюджету на розвиток інфраструктури туризму і просування країни як привабливої туристичного бренду на світовій арені дозволяють зробити висновок, про слабкий розвиток даного важливого сектора економіки. Звичайно в деяких регіонах існують якісна і сучасна розвинена інфраструктура туризму (наприклад, Буковель), проте такі окремо локалізовані територіально місця не здатні вивести всю галузь на високі світові позиції, а це означає, що про залучення та обслуговування достатнього великого потоку туристів в Україні є поки ще не реальним. Тому, без вирішення існуючих проблем галузі, очікування позитивного впливу туризму на економіку нашої країни є неможливим [2, с. 29–39].

**Постановка проблеми.** Початок розвитку туристичної інфраструктури в нашій країні було покладено ще за часів Радянського Союзу. Так, у 1976 році в УРСР діяли 84 туристичні бази, сукупна обслуговуюча здатність яких знаходилася на рівні 60 тис. людей. У момент здобуття Україною незалежності в 1991 році країні дісталася вся більш менш забезпечена матеріально-технічна база туризму та супутньої інфраструктури.

Однак, перед країною тоді стояли інші ключові завдання налагодження власної економіки і соціальної сфери, вибудовування нових процесів взаємодії в державному секторі, налаштування нової самостійної державної системи управління. Питання розвитку туризму на довгі роки відійшло на другий план, фінансування об'єктів припинилося, багато які з них були переведені на власний господарський розрахунок і самоврядування. У кінцевому підсумку це призвело до значного занепаду і втрати багатьох об'єктів, що не дозволяло приймати достатню кількість туристів.

Не дивлячись на це, за рахунок невеликих малих і середніх підприємств галузь постійно відновлювалася і розвивалася. І сьогодні для подолання існуючих проблем відсталості галузі від середньосвітових показників, подолання проблем у розвитку інфраструктури і підприємств туристичної галузі необхідно залучити достатній обсяг фінансових інвестиційних ресурсів, яких Україна, на жаль поки що не має в достатньому обсязі.

Такий стан справ говорить про необхідність розгляду можливості застосування сучасного інструментарію для залучення інвестицій для прискорення розвитку туризму в Україні та отримання від нього достатньої віддачі для економіки країни і суспільства в цілому.

Одним з таких сучасних інструментів є краудфандинг – (англ. Crowdfunding – «народне фінансування», «crowd» – букв. «натовп») – як спосіб колективного фінансування, який заснований на добровільних внесках.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Незважаючи на те, що краудфандинг є відносно новим поняттям як для світової наукової спільноти, так і для українських дослідників, вивченню цього питання присвячена достатньо велика кількість наукових досліджень та публікацій.

Так, окремим питанням сутності та застосування краудфандинга присвячені наукові статті таких українських авторів як: Пурська І.С. та Білоус С.В. [3], Шевченко О.М. та Казак О.О. [4], Оксенюк К.І. [5], Тягунова З.О. та Бондаренко В.М. [6], Тульчинська С.О., Солосіч О.С. та Голуб М.О. [7], Отліванська Г.А. [8], Джузов О.А. та Апальков С.С. [9; 10] та інші. Серед російських авторів можна відзначити Крутікова В.К., Дорожкіну Т.В., Петрушина О.М., Федорову О.В., Якуніна М.В. [11].

Питанням побудови моделей краудфандингу присвятили свої роботи Гемер Дж. [12], Беллами П., Ламберт Т. і Швайнбахер А. [11], Ібрагім Н. [14], Моллік Е. [15].

Незважаючи на значний теоретичний матеріал щодо питань сутності, особливостей реалізації інструментарію краудфандинга як способу залучення інвестицій, питання його використання для розвитку підприємств туристичної галузі слабо опрацьовані. Що, у свою чергу, обумовлює високий ступінь актуальності теми даної роботи.

**Метою та завданням дослідження** є розгляд теоретичних і практичних аспектів застосування краудфандинга як нового інструменту залучення інвестицій в розвиток підприємств туристичної галузі України.

Задля досягнення мети було визначено наступні завдання:

- охарактеризувати сутність краудфандинга, позначити існуючі види краудфандинга;
- виділити полюси і мінуси краудфандинга як інструменту залучення інвестицій;
- проаналізувати особливості та можливості використання інструментарію краудфандинга для залучення інвестицій в розвиток підприємств туристичної галузі України.
- привести найбільш популярні платформи краудфандинга в Україні та світі;
- привести існуючі приклади застосування краудфандинга для інвестування в розвиток підприємства;

**Виклад основного матеріалу.** Краудфандинг – це співпраця добровільно об'єднуючих свої фінансові кошти чи інші ресурси суб'єктів для здійснення підтримки перспективних та креативних проектів, ідей, організацій та окремих людей [16, с. 448–453].

Фактично краудфандинг виступає як альтернативний засіб залучення безповоротних інвестицій. Для застосування даного інструментарію спочатку повинна бути заявлена ключова мета, та визначений необхідний обсяг інвестиційних коштів для її досягнення, складена калькуляція всього спектру витрат, а сама інформація про хід збору коштів повинна бути відкрита для всіх.

Збір коштів шляхом краудфандингу зазвичай здійснюється за допомогою спеціальних сайтів, на яких представляють свої проекти (їх цілі, переваги і т.п.), щоб зацікавити якомога більшу кількість людей, готових вкласти кошти. Ймовірно, однією з найбільш примітних особливостей краудфандинга є те, що брати участь у фінансуванні може будь-хто.

Основними термінологічними категоріями краудфандинга є:

- краудфандингова платформа – являє собою джерело в мережі Інтернет, який використовується для розміщення і просування відповідних проектів. Краудфандингова платформа – це спеціалізований сервіс, що забезпечує юридичні та фінансові аспекти взаємодії учасників, а також надає допомогу в просуванні проекту.
- реципієнт – підприємство, окрема людина, що намагається зібрати необхідний обсяг грошових коштів для фінансування реалізації того чи іншого проекту або ідеї;
- донори – суб'єкти, які вкладають (тобто віддають) гроші на той чи інший проект, на певних умовах [17].

Для чіткого розуміння сутності краудфандинга доцільно представити взаємозв'язок

наведених основних категорій у вигляді схеми, що представлена на рис. 1.

Застосування краудфандінга передбачає реєстрацію проекту на відповідній платформі. Відмінною особливістю краудфандінга є обов'язкове отримання спонсором привілеїв (бонусів) за фінансування проекту. У загальному випадку види краудфандінга можна поділити на дві групи: платний та безкоштовний.

До оплатного краудфандінга відносять фінансову і не фінансову винагороду. До останнього виду можна віднести передачу спонсору тієї речі, на виробництво якої були спрямовані його кошти (отримання першого зразка продукту). По суті це модель попереднього замовлення фінансування продукту.

Фінансова винагорода по-іншому називається краудінвестингом. Краудінвестинг має 3 форми:

- роялті – передбачає отримання спонсором частки від продажів фінансування продукту;
- народне кредитування – фінансувати можуть тільки фізичні особи. Реципієнт отримує низькі тарифи і доступний кредит. Донор отримує обов'язкове повернення коштів, підвищену ставку, можливість надавати позики в різні сфери;

– акціонерний краудфандінг – спонсор отримує певну кількість акцій, дивіденди, право голосу на зборах акціонерів.

Безоплатний краудфандінг не має на увазі отримання спонсором будь-яких економічних вигод у процесі фінансування проекту.

Прикладом може служити збір коштів на покупку меблів в дитячі будинки, де в якості бонусу інвестор може отримати подячну грамоту, згадка в титрах, на сайті і т.п.

За способом збору коштів платформи діляться на:

- «все або нічого», коли реципієнт отримує кошти від спонсорів тільки в тому випадку, якщо за вказаний період часу збирається заявлена сума. В іншому випадку кошти повертаються донорам;
- «залишити все» – можливість отримання вже зібраних коштів в разі, якщо заявлена сума не була акумульована у встановлений строк;
- «вільна ціна» – тут діє правило «заплати скільки хочеш»;
- зібрані кошти не повертаються спонсорам ні за яких обставин [18, с. 123–124].

В Україні можна виділити три основні типи краудфандінга:

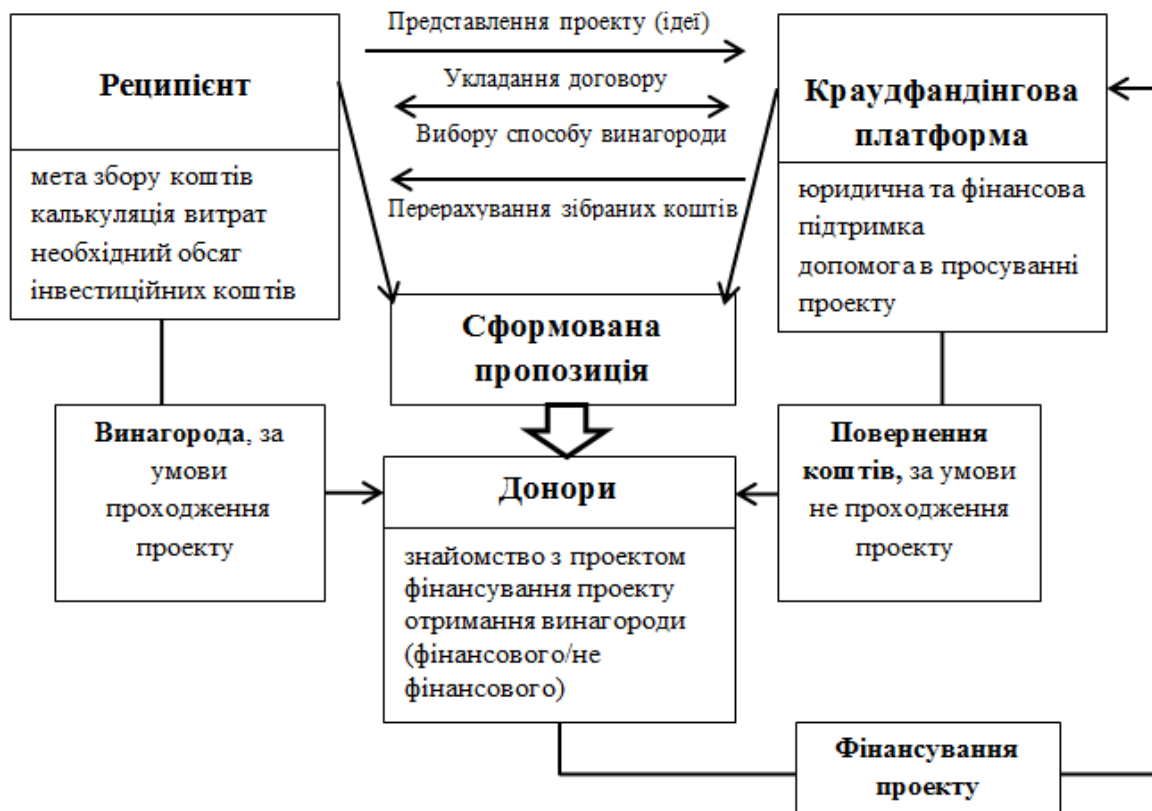


Рис. 1. Взаємодія учасників в системі краудфандінга

Джерело: розроблено автором

1. Благодійний краудфандінг (charity-giving crowdfunding, який за межами України зазвичай називається donation-based crowdfunding) здійснює збір коштів для адресної допомоги або на термінові, найчастіше індивідуальні, потреби. Серед прикладів благодійного краудфандінга – збір коштів на медичне лікування конкретної особи або довгостроковий медичний догляд, реставрацію пошкодженого будинку або оплату за навчання в університеті. Кілька благодійних краудфандінгових платформ, в тому числі org.ua і People's Project, були засновані після Євромайдану, інші ж, в тому числі Українська біржа благодійності (УББ) і Пігулки існували ще до 2014 року.

2. Краудфандінг, спрямований на розвиток громади (community-enhancing crowdfunding) використовує філантропію для підвищення ефективності громади і популяризації цінностей відкритого суспільства, які є ширшими, ніж отримання безпосередньої вигоди авторами проекту та жертводавцями. Це проекти, що спрямовані на розвиток міста та інфраструктури, обмін інформацією або освітні проекти, суспільне мовлення тощо. Краудфандінгові платформи, що спрямовані на розвиток громад включають: Спільнокошт, Моє місто (проекти з розвитку Одеси) і GoFundEd (нову платформу для освітніх проектів).

3. Краудфандінгові платформи з не фінансовою винагородою (rewards-based crowdfunding) на зразок Kickstarter, що пропонують жертводавцям опцію попереднього замовлення, а авторам проектів – фінансування стартапів в Україні ще тільки розвиваються. Однак українці активно використовують можливості міжнародних платформ такого типу, зокрема Kickstarter, який пропонує використання своїх технічних рішень у всьому світі і розширення клієнтської бази для вироблених в Україні бізнес-продуктів [19].

В нашій країні на сьогодні найбільш популярними платформами краудфандінга для малих та середніх підприємств виступають такі як: спільно кошт, Na-Starte, КУБ, Мо.Cash, Komubook, Kickstarter, Indiegogo и RocketHub.

Останні дослідження свідчать про те, що краудфандінг активно розвивається впродовж останніх років в усьому світі. У 2017 році в світі налічувалося близько 300 платформ для краудфандінга, при чому, велику поширеність схема отримала в Сполучених Штатах Америки і Великобританії [11, с. 27]. Перша європейська платформа для краудфандінга була створена французами і має назву Ulule. Вона почала своє існування в 2010 році і на

даний момент налічує близько 5 000 успішно реалізованих проектів.

Сьогодні в світі діє понад 500 крауд-платформ, обороти ростуть, а обсяг залучених коштів і проектів, що фінансуються постійно збільшується. На думку експертів, очікувані темпи зростання обсягів краудфандінга в світовому масштабі очікується на середньому рівні 16% в рік і вже в 2025 році їх сумарний обсяг може скласти понад 28,8 млрд. дол. рис. 2.

Відносна простота і ефективність краудфандінга дала імпульс до його широкого застосування в різних галузях. Є маса прикладів успішних краудфандінгових проектів в туристичній сфері. Найуспішнішим можна назвати проект відкриття наукового центру і музею Ніколи Тесли в США.

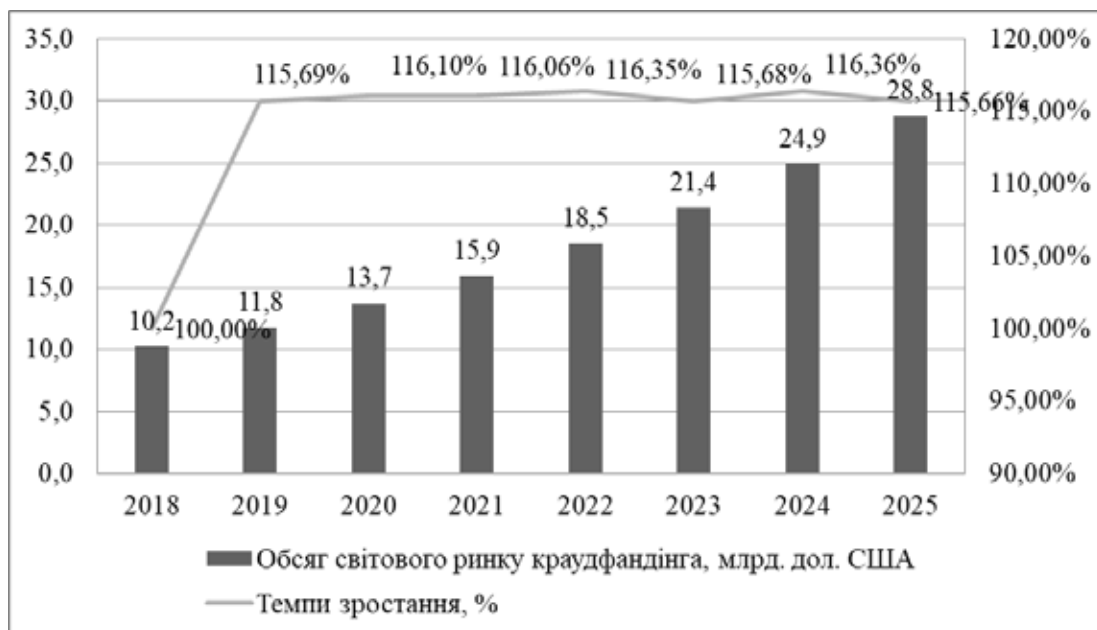
Лідерами зі збору коштів на початку 2020 року стали такі напрямки, як медицина, продукти харчування і напої, краса здоров'я рис. 3.

За допомогою Indiegogo і The Oatmeal всього за 9 днів проект зібрав майже мільйон доларів [21].

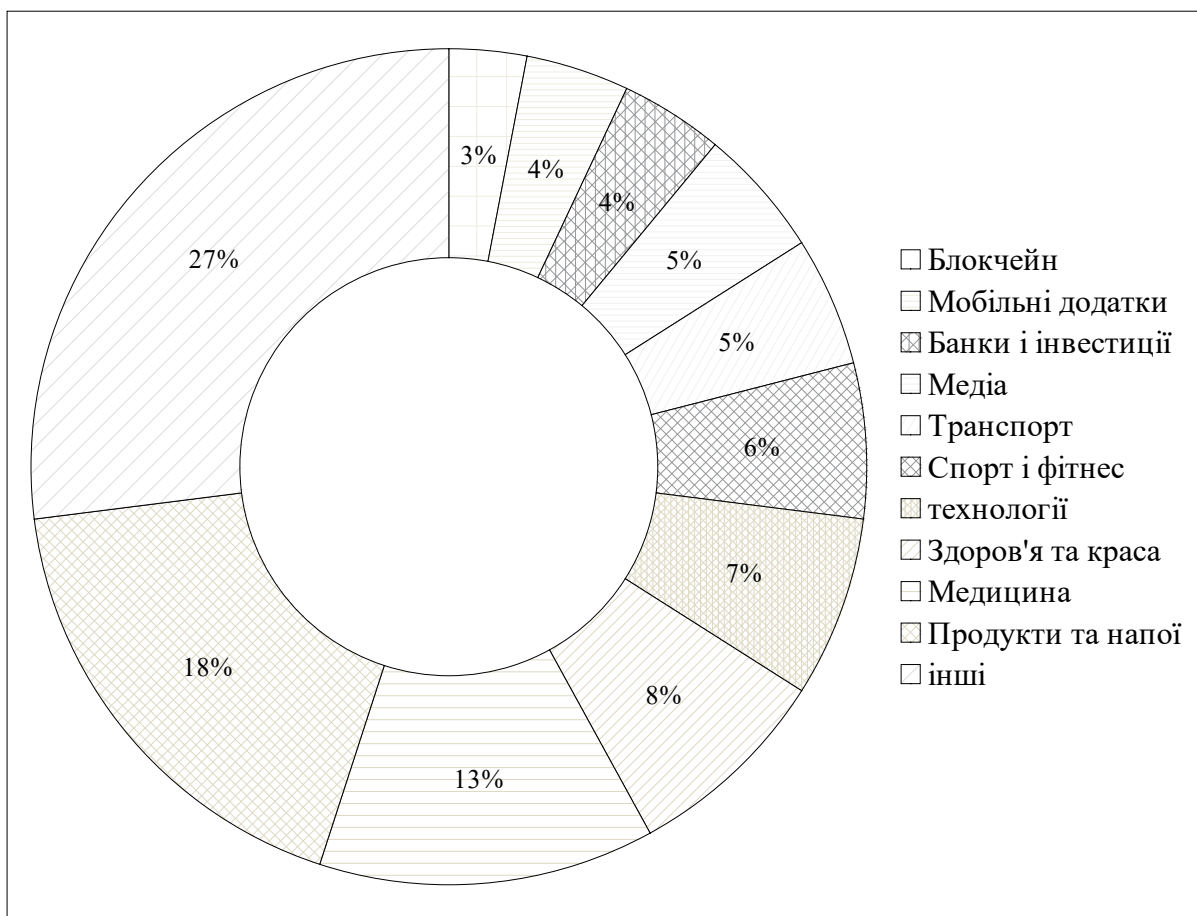
У Ленінградській області завдяки краудфандінгу з'явилася нова лижно-бігова траса. Соціальний підприємець Гузель Санжапова (автор шести успішних крауд-проектів на Planeta.ru і Boomstarter) протягом шести років розвиває село Малий Туриш в Свердловській області. За цей час вдалося зібрати 8 млн. руб. на будівництво об'єктів інфраструктури. У селі завдяки краудфандінгу були побудовані альтанка, дитячий майданчик, свердловина з чистою питною водою і майданчик для збору побутових відходів. Крім цього, було організовано виробництво меду, з'явилися нові робочі місця, що дозволило підвищити інтерес до регіону і залучити в нього туристів. У Вологді на ремонт дерев'яного пам'ятника архітектури «Будинок Шахова» вдалося зібрати близько 200 тис. руб. що становило 103 % від заявленої суми [22].

У селищі Шерегеш Кемеровської області збирають гроші для створення і обслуговування професійного сноуборд-парку. Це відмінне місце з великою кількістю снігу і довгим сезоном катання. У селищі стрімко розвивається інфраструктура, будуються нові підйомники, готелі, бари і ресторани, проводяться щорічні фестивалі. За минулий зимовий сезон тут побувало понад мільйон гостей, що робить Шерегеш одним з найпопулярніших туристичних центрів Росії [23].

Сьогодні на території України підприємства сфери туризму мають можливість використо-



**Рис. 2. Динаміка і прогноз обсягу світового ринку краудфандінга, млрд. дол. США**  
*Джерело: [20]*



**Рис. 3. Основні напрямки використання стартапами коштів, зібраних за допомогою краудфандінга на початок 2020 року, %**  
*Джерело: [20]*

Таблиця 1

## Найпопулярніші краудфандінгові платформи, що діють в Україні та їх особливості

Найменування краудфандінгової платформи	Особливості
Міжнародні	
1. Kickstarter – створена у 2009 році	Комісія платформи: 5% від залучених коштів
2. Indiegogo – створена у 2008 році	автор проекту може отримати гроші, навіть якщо він не зібрав 100% заявленої суми в строк.
Українські	
3. RazomGo – створена у 2018 році	Зібрано коштів за час роботи платформи 221 562 грн. Комісія платформи: 8% при стовідсотково зібраній суми
4. Na-Starte – створена у 2014 році	Зібрано коштів за час роботи платформи 12,1 млн грн. Комісія платформи: 8% при стовідсотково зібраній суми
5. «Спільнокошт» – створена у 2012 році	Зібрано коштів за час роботи платформи 19,7 млн. грн. Комісія платформи: 10% від зібраних коштів (включають комісію платіжних систем і витрати на розвиток веб-ресурсу, популяризацію програми)
6. Платформа КУБ – створена у 2016 році	Не класичний краудфандінговий платформа. По-перше, бізнес буде отримувати кошти під відсоток, близько 2,4% на місяць. По-друге, майданчик орієнтована не на стартапи, а на більш традиційні види бізнесу. Максимальний розмір заявки – до 300 000 грн, всі опубліковані заявки будуть збирати гроші не більше двох місяців [24].

увати як українські, так і зарубіжні краудфандінгові джерела, що розрізняються за моделями і способам роботи, а також успішністю реалізованих на них проектів.

В Україні діють 5 найбільш популярних краудфандінгових платформ. Їх основні особливості наведено у таблиці 1.

Завдяки краудфандінговим платформам українці за підсумками 2018 року зібрали на більше 2 млн. дол. на реалізацію різного роду проектів.

**Висновки.** Світовий досвід демонструє динамічне зростання краудфандінгового сектору та можливість його використання для фінансування розвитку підприємств різних секторів економіки.

Використання прийомів краудфандінгу в туризмі доцільно здійснювати у таких напрямках:

- 1) вдосконалення туристської дестинації;
- 2) створення туристичного продукту;

3) фінансування розвитку підприємств сфери туризму;

4) розвиток інфраструктурних об'єктів сфери туризму;

5) реалізація проектів відновлення і ремонтів національних туристичних об'єктів.

Перевагами застосування краудфандінга є можливість залучення фінансування без участі банків, венчурних фондів і бірж, забезпечення спрощення та демократизація процесу залучення фінансів. Крім цього, краудфандінг дає можливість підприємствам індустрії туризму виключити залежність від бюджетних коштів і здобути більшу ступінь самостійності в розвитку.

**Напрямок подальшого дослідження.** Подальші дослідження можуть бути реалізовані в напрямку розробки проектів і вибору об'єктів туристичної індустрії для залучення інвестицій в їх розвиток і відновлення з застосуванням інструментарію краудфандінга.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Частка туризму у ВВП України в 10 разів нижче середньої по світу. URL: <https://ua.news/ru/chastkaturyzmu-u-vvp-ukrayiny-u-10-raziv-nyzhche-serednoyi-po-svitu/>
2. Юрченко Ю.Ю. Концептуальні напрямки розвитку внутрішнього туризму в Україні. *Науковий журнал «Економіка України»*. 2016. № 6(647). С. 29–39.
3. Пурська І.С., Білоус С. Джерела фінансування інвестиційних проектів суб'єктами туристичної діяльності України. *Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки*. 2018. Вип. 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2018\\_1\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2018_1_18)

4. 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/?op=1&z=6957> <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.3.43>
5. Оксенюк К. І. Краудфандинг – сучасний інструмент фінансування. *Економічні науки : збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. Серія «Регіональна економіка»*. 2017. Випуск 14(55). С. 232–238.
6. Тягунова З.О. Краудфандинг: світовий досвід та практика. *Інноваційна економіка*. 2015. № 3(58). С. 25–32.
7. Тульчинська С.О., Солосіч О.С., Голуб М.О. Особливості краудфандинг як різновиду інвестування. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2017. № 19. С. 132–140.
8. Отліванська Г.А. Перспективи і можливості застосування краудфандінга в інвестиційній діяльності підприємств України. *Проблеми економіки*. 2017. № 2. С. 276–281.
9. Джусов О.А., Апальков С.С. Цифрова економіка: структурні зрушення на міжнародному ринку капіталу. *Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки»*. Київ, 2017. URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/3058](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3058)
10. Апальков С.С., Джусов О.А. Вплив цифрових технологій на світовий ринок послуг з управління інвестиціями і приватним капіталом. *European Journal of Management Issues*. Vol. 25(2). Dnipro, 2017. С. 72–79.
11. Крутіков В.К., Дорожкіна Т.В., Петрушина О.М., Федорова О.В., Якуніна М.В. Розвиток бізнесу в умовах цифрової трансформації: технології краудфандінга : Навчально-методичний посібник. Калуга : ІП Стрільців І.А. (Вид-во «Ейдос»), 2017. 108 с.
12. Nemer J. A snapshot on crowdfunding. *Working papers firms and region*. 2011. № R2/2011. URL: [http://www.isi.fraunhofer.de/isiwAssets/docs/p/de/arbpaap\\_unternehmen\\_region/ap\\_r2\\_2011.pdf?WSESSID=hreuyngf](http://www.isi.fraunhofer.de/isiwAssets/docs/p/de/arbpaap_unternehmen_region/ap_r2_2011.pdf?WSESSID=hreuyngf)
13. Belleamne P. Crowdfunding: Tapping the Right Crowd / P. Belleamne, T. Lambert, A. Schwiembacher // *Journal of Business Venturing*. 2014. Volume 29. Issue 5. P. 585–609.
14. Ibrahim N. The Model of Crowdfunding to Support Small and Micro Businesses in Indonesia Through a Web-based platform / N. Ibrahim, Verliyantina // *Procedia Economics and Finance*. 2012. № 4. P. 390–397.
15. Mollick E. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study / E. Mollick // *Journal of Business Venturing*. 2014. № 29. (2014). P. 1–16.
16. Колодяжна І.В., Борблік К.Е. Джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств України. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 448–453.
17. Краудфандінг і краудінвестинг – інноваційні, молоді бізнес-явища. URL: <https://appomart.com/articles/33-crowdfunding>
18. Паргачевская В.М. Краудфандінг: сутність та переваги. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції 26-27 жовтня 2017 р. / Під загальною редакцією професора Д.М. Хлопцова. Видавничий Дім Томського державного університету. Томськ, 2018. С. 123–128.
19. З миру по нитці: Показники і тенденції українського краудфандінга. URL: <https://voxukraine.org/ru/s-miru-po-nitke-ru/> (дата звернення: 28.02.2021).
20. Тренди світового ринку краудфандінга. URL: <http://xn--80aplem.xn--p1ai/analytics/Trendy-mirovogo-rynka-kraudfandinga/>
21. Краудсорсінг в туризмі. URL: [https://witology.com/blog/elena\\_porkova/kraudsorsing-v-turizme/](https://witology.com/blog/elena_porkova/kraudsorsing-v-turizme/) (дата звернення: 01.03.2021).
22. Бурілічев А. Краудфандінг допоможе профінансувати проект і заощадити кошти бюджету. URL: <http://smokhv.ru/materials/mat20191204/> (дата звернення: 03.03.2021).
23. Морарь М. П'ять кращих краудфандінгових проектів січня. URL: <https://strelkamag.com/ru/article/5crowdfunding> (дата звернення: 16.03.2021).
24. Карпенко О. «ПриватБанк» запустив «майже Kickstarter»: користувачі на вибір можуть кредитувати українські компанії. URL: <https://ain.ua/2016/04/04/privatbank-zapustil-pochti-kickstarter-polzovately-na-vybor-mogut-kreditovat-ukrainskie-kompanii/> (дата звернення: 12.03.2021).

## REFERENCES:

1. Chastka turyzmu u VVP Ukrainy v 10 raziv nyzhche serednoi po svitu [The share of tourism in Ukraine's GDP is 10 times lower than the world average]. Available at: <https://ua.news/ru/chastka-turyzmu-u-vvp-ukrayiny-u-10-raziv-nyzhche-serednoyi-po-svitu/> (accessed 14 March 2021).
2. Yurchenko Yu.Yu. (2016) Kontseptualni napriamky rozvytku vnutrishnoho turyzmu v Ukrainy [Conceptual directions of domestic tourism development in Ukraine]. *Naukovyi zhurnal «Ekononika Ukrainy»*, no. 6(647), pp. 29–39.
3. Purska I.S., Bilous S. (2018) Finansuvannia investytsiinykh proektiv subiektamy turystychnoi diialnosti Ukrainy [Sources of financing of investment projects by subjects of tourist activity of Ukraine]. *Ekononika. Upravlinnia. Innovatsii. Seriya: Ekonomichni nauky*, no. 1. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2018\\_1\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2018_1_18) (accessed 15 March 2021).



4. Shevchenko O.M., Kazak O.O. (2019) Rozvytok kraudfandynhu v umovakh tsyvrovoi transformatsii ekonomiky Ukrainy [Crowdfunding development in the conditions of digital transformation of Ukraine's economy]. *Efektivna ekonomika*, no. 3. Available at: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.3.43> (accessed 17 March 2021).
5. Okseniuk K.I. (2017) Kraudfandynh – suchasnyi instrument finansuvannia [Crowdfunding is a modern financing tool]. *Ekonomichni nauky: zbirnyk naukovykh prats Luts'koho natsionalnogo tekhnichnogo universytetu. Seriiia «Rehionalna ekonomika»*, no. 14(55), pp. 232–238.
6. Tiahunova Z.O., Bondarenko V.M. (2015) Kraudfandynh: svitovi dosvid ta praktyka [Crowdfunding: world experience and practice]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 3(58), pp. 25–32.
7. Tulchynska S.O., Solosich O.S., Holub M.O. (2017) Osoblyvosti kraudfandynh yak riznovydu investuvannia [Features of crowdfunding as a type of investment]. *Suchasni problemy ekonomiky i pidpriemnytstvo*, no. 19, pp. 132–140.
8. Otlivanska H.A. (2017) Perspektyvy i mozhlyvosti zastosuvannia kraudfandynha v investytsiini diialnosti pidpriemstv Ukrainy [Prospects and opportunities for the use of crowdfunding in the investment activities of Ukrainian enterprises]. *Problemy ekonomiky*, no. 2, pp. 276–281.
9. Dzhusov O.A., Apalkov S.S. (2017) Tsyvrova ekonomika: strukturni zrushennia na mizhnarodnomu rynku kapitalu [Digital economy: structural changes in the international capital market]. Available at: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/3058](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3058) (accessed 20 March 2021).
10. Apalkov S.S., Dzhusov O.A. (2017) Vplyv tsyfrovoykh tekhnolohii na svitovy rynek posluh z upravlinnia investytsiiami i pryvatnym kapitalom [The impact of digital technologies on the global market for investment management services and private capital]. *Yevropeiskyi zhurnal z pytan upravlinnia*, no. 25(2), pp. 72–79.
11. Krutikov V.K., Dorozhkina T.V., Petrushyna O.M., Fedorova O.V., Yakunina M.V. (2017) Rozvytok biznesu v umovakh tsyvrovoi transformatsii: tekhnolohii kraudfandynha [Business development in the conditions of digital transformation: crowdfunding technologies]: Navchalno-metodychnyi posibnyk [Training manual]. Kaluha: Vyd-vo «Eidos», 108 p. (in Ukrainian)
12. Hemer Dzh. (2011) Znimok kraudfandynhu [A snapshot on crowdfunding]. Available at [http://www.isi.fraunhofer.de/isiwAssets/docs/p/de/arbap\\_unternehmen\\_region/ap\\_r2\\_2011.pdf?WSESSIONID=hreuyngf](http://www.isi.fraunhofer.de/isiwAssets/docs/p/de/arbap_unternehmen_region/ap_r2_2011.pdf?WSESSIONID=hreuyngf) (accessed 22 March 2021).
13. Bellem P., Lambert T., Shvienbakher A. (2014) Kraudfandynh: natyskannia na pravylnyi natovp [Crowdfunding: Tapping the Right Crowd]. *Zhurnal dilovoho pidpriemnytstva*, no. 5, pp. 585–609.
14. Ibrahim N. (2012) Model kraudfandynhu dlia pidtrymky maloho ta mikrobiznesu v Indonezii cherez veb-platformu [The Model of Crowdfunding to Support Small and Micro Businesses in Indonesia Through a Web-based platform]. *Ekonomika ta finansy*, no. 4, pp. 390–397.
15. Mollik E. (2014) Dynamika kraudfandynhu: doslidnytske doslidzhennia [The dynamics of crowdfunding: An exploratory study]. *Zhurnal dilovoho pidpriemnytstva*, no. 29, pp. 1–16.
16. Kolodiazna I.V., Borblik K.E. Dzherela finansuvannia innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv Ukrainy [Sources of financing of innovative activity of the enterprises of Ukraine]. *Ekonomika i suspilstvo*, no. 9, pp. 448–453.
17. Bloh kompanyy Appomart (2017) Kraudfandynh i kraudinvestinh – innovatsiini, molodi biznes-iavyshcha [Crowdfunding and crowdfunding are innovative, young business phenomena]. Available at: <https://appomart.com/articles/33-crowdfunding> (accessed 18 March 2021).
18. Parhachevskaia V.M. (2018) Kraudfandynh: sutnist ta perevahy [Crowdfunding: essence and advantages]. Zbirnyk materialiv Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii 26-27 zhovtnia 2017 r. Vydavnychi Dim Tom'skoho derzhavnogo universytetu. Tomsk, pp. 123–128. (in Russian)
19. Rybachok K. (2017) Z myru po nyttsi: Pokaznyky i tendentsii ukrainskoho kraudfandynha [From the world on a thread: Indicators and trends of Ukrainian crowdfunding]. Available at: <https://voxukraine.org/ru/s-miru-po-nitke-ru/> (accessed 28 February 2021).
20. Sait MNIAP (2020) Trendy svitovoho rynku kraudfandynha [Trends of the world crowdfunding market]. Available at: <http://xn--80aplem.xn--p1ai/analytics/Trendy-mirovogo-rynka-kraudfandynha/> (accessed 27 February 2021).
21. Kraudsorsinh v turyzmi (2019) [Crowdsourcing in tourism]. Available at: [https://witology.com/blog/elena\\_popkova/kraudsorsinh-v-turizme/](https://witology.com/blog/elena_popkova/kraudsorsinh-v-turizme/) (accessed 1 March 2021).
22. Burilichev A. (2019) Kraudfandynh dopomozhe profinansuvaty proekt i zaoshchadyty koshty biudzhetu [Crowdfunding will help fund the project and save budget money]. Available at: <http://cmokhv.ru/materials/mat20191204/> (accessed 3 March 2021).
23. Morar M. (2018) Piat krashchykh kraudfandynhovoykh proektiv sichnia [Five best crowdfunding projects in January]. Available at: <https://strelkamag.com/ru/article/5crowdfunding> (accessed 16 March 2021).
24. Karpenko O. (2016) «PryvatBank» zapustyv «maizhe Kickstarter»: korystuvachi na vybir mozhut kredyuvaty ukrainski kompanii [PrivatBank launches «almost Kickstarter»: users can choose to lend to Ukrainian companies]. Available at: <https://ain.ua/2016/04/04/privatbank-zapustil-pochti-kickstarter-polzovately-na-vybor-mogut-kreditovat-ukrainskie-kompanii/> (accessed 16 March 2021).