

*analysis, synthesis, induction, deduction, comparison, statistical method, prognostic and others have been used during the research.*

*The paper has clearly shown that one of the most efficient tools for reducing risks and ensuring stable production in rural areas is risk insurance of agricultural organizations, which has a long history. Analysis of global experience of agricultural insurance shows that in most developed countries, agricultural risk insurance is carried out with the active support and participation of government or in the form of subsidizing part of the insurance premium, or in the form of state participation in compensation. In conclusion it was found that the regulatory mechanism in the system of insurance risks of agribusiness entities is a valuable financial instrument. It is also offered to spread vertical integration in the agro-industrial complex - agro-holdings, which provide an opportunity to solve some of the challenges associated with price risks of economic entities, both agriculture and processing industry.*

**Key words:** *insurance, risk insurance, regulatory mechanism, business entity, agricultural sector, financial instruments*

**УДК: 336 : 330.341.11**

**DOI: 10.31395/2415-8240-2022-100-2-187-196**

## **КРАУДФАНДИНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНЕ ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ'ЄКТІВ**

**С. А. ВЛАСЮК**, кандидат економічних наук

**Уманський національний університет садівництва**

*Розглянуто теоретичні та практичні аспекти впровадження краудфандингу як альтернативного джерела фінансування діяльності господарюючих суб'єктів. Виявлено, що краудфандингові платформи діють як посередники, і їхня роль є вирішальною у створенні довіри серед їхніх нинішніх та майбутніх користувачів. З'ясовано, що одним із головних факторів, що керують світовим ринком краудфандингу, є те, що він використовується як засіб безкоштовного просування та діє як безкоштовний маркетинговий інструмент. Запропоновано формулювання рекомендацій щодо можливих способів залучення фінансових ресурсів через використання краудфандингових платформ для сприяння можливостям розвитку колективних дій.*

**Ключові слова:** *краудфандинг, краудфандингова платформа, інвестиції, бізнес-проект, фінансування*

**Постановка проблеми.** Для фінансування діяльності суб'єктів господарювання, зазвичай, використовують традиційні джерела: власні, позикові або залучені. В умовах сьогодення з'являються альтернативні механізми фінансування, які використовують цифрові технології такі як краудфандинг, який може допомогти вийти за межі традиційних, забезпечуючи нижчу вхідну вартість для дрібних інвесторів, продемонструвати зацікавленість громади тощо. Краудфандинг може виступити важливим альтернативним

методом фінансування, особливо для мікропідприємців, нових підприємств і неприбуткових асоціацій незалежно від організаційно-правової форми та галузі. Перш ніж використовувати краудфандинг, необхідне глибоке розуміння його сутності та функціонування.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Функціонування краудфандингу як джерела фінансового забезпечення діяльності суб'єктів підприємницької діяльності досить поширене за кордоном. Втім, останнім часом, і в Україні набирає популярності фінансування за допомогою краудфандингу, так як, він виступає альтернативним джерелом та має певні переваги перед традиційними. Особливості функціонування та теоретичні аспекти краудфандингу у своїх працях розглядали Гончаренко А. [1], Діба О. М., Іващенко А. І. [2], Матвейчук Л. О. [3], Медведовський Д. Г. [4], Назар Н. В, Поліщук Є. А., Попович Д. В. [5], Савчин Н. В. та ін. Незважаючи на кількість проведених опрацювань, і обсягу наукових досліджень з даної тематики, в Україні залишається невизначеною ефективність від управління краудфандинговою діяльністю.

**Метою роботи** є обґрунтування дефініції «краудфандинг» як економічної категорії, дослідження теоретичних аспектів, проведення аналізу світового досвіду та надання пропозицій щодо перспективи застосування краудфандингу як альтернативного джерела залучення коштів для результативних вітчизняних бізнес-проектів.

**Методика досліджень.** Методологічну основу дослідження сформували загальнонаукові принципи і методи, які передбачають системний і діалектичний підхід щодо окреслення проблем інноваційних інструментів фінансування. Безпосередньо, під час дослідження застосовані загальнонаукові методи та прийоми такі як наукова абстракція, гносеологічний аналіз, структурно-логічний аналіз, теоретичне узагальнення, синтез, індукція, дедукція, порівняння та інші.

**Результати досліджень.** Фінансові інновації відіграють особливу роль в інституційному розвитку території, внаслідок чого змінюються звичні моделі поведінки економічних суб'єктів. Інституційні зміни слугують рушійною силою підтримки фінансової політики, оскільки найчастіше це колективне залучення суб'єктів громадянського суспільства та груп, які сформували фінансово-інноваційні проекти, що на пізніх стадіях стимулює та розвиває певну політичну підтримку. Для провадження підприємницької діяльності окрім ідеї, партнерів та перевіреної команди необхідні фінансові ресурси. Джерела фінансування, зазвичай, використовують класичні: від власних коштів до отримання кредиту. Наразі, на фінансовому ринку як України з'явився альтернативний інструмент фінансування – краудфандинг.

Розглянемо основні підходи в трактуванні дефініції «краудфандинг» (табл. 1). Узагальнюючи визначення терміну «краудфандинг» науковою спільнотою, варто зазначити, що краудфандинг, на нашу думку, це не просто новий альтернативний метод фінансування, а й інноваційний інструмент для залучення громад, потужний інформаційно-пропагандистський механізм,

спосіб фінансування нових бізнес-моделей та засіб використання нових інтернет-технологій для вирішення соціальних проблем.

**Табл. 1. Визначення терміну «краудфандинг» науковою спільнотою в сучасному вимірі**

| Автор   | Визначення  |
|---|---|
| Волосович С. В.,<br>Василенко А. В. [1]             | інструмент фінансування шляхом відкритого заклику на загал на основі фінансової чи моральної зацікавленості потенційних спонсорів   |
| Швейнбачер А.,<br>Ларралде Б. [40]                  | відкритий заклик, здебільшого через Інтернет ресурси, для акумуляції фінансових ресурсів або у вигляді пожертвування, або в обмін на певну форму винагороди та/або права голосу для підтримки конкретних ініціатив та цілей |
| Бредфорд С. [25]                                    | використання Інтернет-ресурсів для залучення коштів через невеликі внески великої кількості інвесторів  |
| Орданіні А. [37]                                    | колективні зусилля людей, які об'єднують свої гроші разом, зазвичай через Інтернет, для того, щоб інвестувати та підтримувати зусилля інших людей або організацій   |
| Меджибовська Н. С. [14]                             | добровільна колективна співпраця людей, яка спрямована на фінансування зусиль краудфандингових проєктів, які представлені в Інтернеті на краудфандингових платформах, та є посередниками та організаторами їх взаємодії     |
| Степура В. В. [21]                                  | процес фінансування широким колом осіб конкретного проєкту на основі відкритого заклику   |
| Діамандіс П.,<br>Котлер С. [5]                      | співпраця, кооперація людей, які добровільно надають фінансову підтримку стартапу, інноваційному проєкту, ідеї або організації  |
| Феррейра В.,<br>Папоїконому Е.,<br>Терсеньо А. [30] | важливий альтернативний метод фінансування, особливо для мікропідприємців, нових підприємств і неприбуткових асоціацій  |
| Бельфламме П.,<br>Ламберт Т.,<br>Швінбахер А. [24]  | онлайн-джерело фінансування, яке дозволяє залучати кошти від великої аудиторії за допомогою відкритого дзвінка в Інтернеті  |
| Голикова А. [2]                                     | залучення коштів від великої кількості користувачів за допомогою спеціалізованої інтернет-платформи   |

Краудфандингові платформи діють як посередники, і їхня роль є вирішальною у створенні довіри серед їхніх нинішніх та майбутніх користувачів. Але важливо розуміти, на яких рівнях потрібно будувати довіру. Ці ідеї можуть бути використані краудфандинговими платформами, які

бажають покращити свій дизайн та підвищити свою конкурентоспроможність. Загалом, існує безліч практик, які спрямовані на створення довіри на чотирьох рівнях: довіра до платформи, до користувачів, до проекту та до загального поняття краудфандингу. Зміцнення довіри на всіх чотирьох рівнях може збільшити продовження використання платформи та краудфандингу в цілому. Крім того, потенційним користувачам можуть бути корисні різні поради, інструменти та пристрої, перш ніж вибрати певну платформу варто включити деякі приклади інструментів і ресурсів, які використовуються найбільш успішними та активними платформами в краудфандинговій вибірці [6].

Зміна структури та інтенсивності конкуренції, з одного боку, постійний тиск на створення диференційованих пропозицій призводять до пошуку нових шляхів удосконалення технологій, а також нових способів ведення бізнесу. Технологічні розробки дають змогу учасникам ринку або іншим зацікавленим сторонам брати участь у процесі як інновацій, так і виробництва, що призводить до ринкової моделі спільного створення соціальних мереж онлайн. Краудфандинг виходить за рамки збору коштів. Підприємці часто використовують краудфандинг, щоб отримати відгуки від клієнтів, щоб покращити свої продукти, і тому можуть віддати перевагу запуску краудфандингових кампаній для базової версії своїх продуктів з незначними покращеннями або без них (тобто з обмеженими функціями). Тим не менш, кампанія може не переконати клієнтів, якщо продукт виглядає занадто базовим. З огляду на цей компроміс, ключове питання для суб'єкту підприємницької діяльності – наскільки продукт повинен бути покращений, перш ніж запускати краудфандингову кампанію. Аналізуючи теоретичну модель ігор і емпірично перевіряючи її прогнози, досліджуємо, як рівень покращення продукту під час запуску кампанії впливає як на те, чи продовжує підприємець удосконалювати продукт під час кампанії, так і на успішність кампанії.

Одним із головних факторів, що керують світовим ринком краудфандингу, є те, що він використовується як засіб безкоштовного просування. Він дає можливість попередньо продати продукт і діє як безкоштовний маркетинговий інструмент. Краудфандингові кампанії створені для того, щоб легко передати місію та бачення господарюючого суб'єкту. За допомогою соціальних медіа можливо безкоштовно рекламувати ідею, яка, ймовірно, буде стимулювати світовий ринок краудфандингу протягом прогнозованого періоду. Зростаюча присутність краудфандингових кампаній на платформах соціальних мереж (Facebook, Twitter, WhatsApp та Instagram), полегшує можливість з обміну інформацією та зі збором коштів.

Більшість платформ мають такі характеристики: дозволяють налаштувати сторінку, щоб описувати, рекламувати та публікувати оновлення про свій проект, особливо з відео; приймати онлайн-пожертви; легко й широко розповсюджуються в соціальних мережах; стягують відсоток від залучених коштів плюс комісію за транзакцію (табл. 2). Найкраща доступна статистика краудфандингу вказує на те, що глобальний рівень успішності проекту на всіх платформах становить близько 50 %.

**Табл. 2. Приклади результативних краудфінансових кампаній Європи [7]**

| Вид краудфінансingu  | Назва проекту      | Визначення  |
|--|--------------------|---|
| Інноваційний проект з кампанією на основі винагород, співфінансований з державних коштів ЄС  | Волокоптер         | Німецький стартап E-volo зібрав 1,2 мільйона євро на німецькій платформі для розробки та тестування свого Volocopter, який є екологічно чистим вертольотом без викидів. Замість одного двигуна внутрішнього згоряння його приводять в рух 18 роторів з електричним приводом. Проект, окрім краудфінансової кампанії, також підтримується головною ініціативою ЄС з кліматичних інновацій Climate-KIC.   |
| Інноваційний проект із кампанією на основі винагород, співфінансований за рахунок національних [французьких] та державних коштів США | Око SeaOrbiter     | На початку 2014 року проект «Eye of the SeaOrbiter» успішно закрив краудфінансову кампанію за винагороду, зібравши 344 650 євро від 664 учасників. Проект описують як «дослідницьку, наукову та технологічну пригоду. Дрейфуючи з основними океанічними течіями, SeaOrbiter дозволить екіпажу дослідників жити 24 години на добу протягом тривалого періоду часу в центрі океану, на цій величезній території досі широко невідомий, що є останнім кордоном на планеті». Кампанію розпочав дизайнер проекту француз Жак Ружері через французьку краудфінансову платформу.   |
| Інноваційний проект з передпродажною кампанією, повністю профінансований за рахунок краудфінансingu                                  | Panomo             | Берлінська компанія збрала 912 500 євро на панорамну камеру на американській платформі. Винахід являє собою «кулю» з 36 камерами всередині, кожна з яких робить знімок і створює панорамне зображення на 360 градусів. Кампанію передпродажу було запущено в 2013 році. Співробітники могли замовити свої кидкові кульки для камер приблизно за 374 євро, заплативши авансом за очікувану доставку восени 2014 року.  |
| Позика для фінансування особистого споживання  | Крауд-кредитування | В якості одного з прикладів кредитування, ринку, який коштує близько € 262 млн у Великобританії, позичальник на UK платформі пояснює свій досвід кредитування: «Ми запозичили £ 3500 [€ 4150], щоб профінансувати встановлення сауни в нашому саду. Моя дружина Ванесса взяла позику на фінансування сауни в подарунок до мого 50-річчя, і ми можемо чесно сказати, що це були найкращі гроші, які ми коли-небудь витрачали. сплачуючи кращу ставку, ніж ми отримали б у нашому банку чи іншому постачальнику послуг». Подібні трансакції масового кредитування склали вищезазначену загальну цифру ринку Великобританії, тоді як інші оцінювані 141 мільйон євро збираються від окремих кредиторів для компаній як позичальників, як свого роду кредитування між бізнесом. |

Північноамериканські платформи мають лише 22,6 % успіху – ймовірно, через величезну кількість північноамериканських проектів.

Статистика зростання кількості краудфандингових платформ свідчить (рис. 1), що популярність краудфандингу як методу фінансування різко зросла в період 2013–2018 рр.

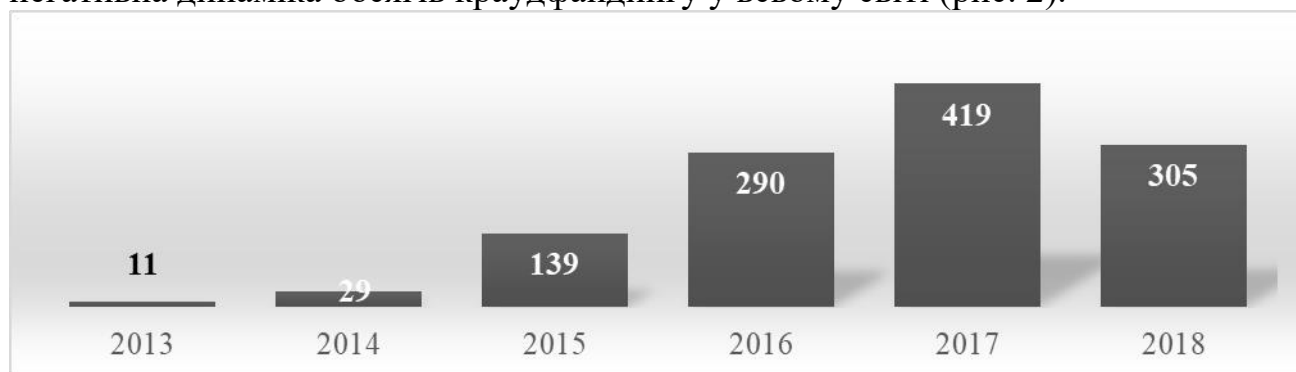


**Рис. 1.** Динаміка краудфандингових платформ у світі [8, 9]

*Примітка: узагальнено автором на основі статистичних даних платформи [statista.com](https://www.statista.com)*

Звіт Crowdsourcing Massolution Crowdfunding Industry Report за 2015 рік показує, що індустрія краудфандингу зросла на 167 % у 2014 році, коли вона збрала в цілому 16,2 млрд дол. Наступного року його обсяг подвоївся, досягнувши 34,4 млрд дол. Статистика краудфандингу Massolution показує, що 34,4 млрд дол, зібраних у 2015 році, у 12 разів більше, ніж сума, зібрана в 2012 році. На ринку краудфандингу в даний час домінують американські платформи, свідчить статистика сайтів краудфандингу в США. Такі сайти, як Kickstarter, Indiegogo та Fundrazr, є одними з найсильніших претендентів, і всі вони є Північноамериканськими. За даними Statista, вони склали майже половину світового об'єму краудфандингу в 2017 році – 17,2 млрд дол. Слідом за Америкою йдуть азіатські платформи з 10,5 млрд дол. і європейські з 6,5 млрд дол. [10].

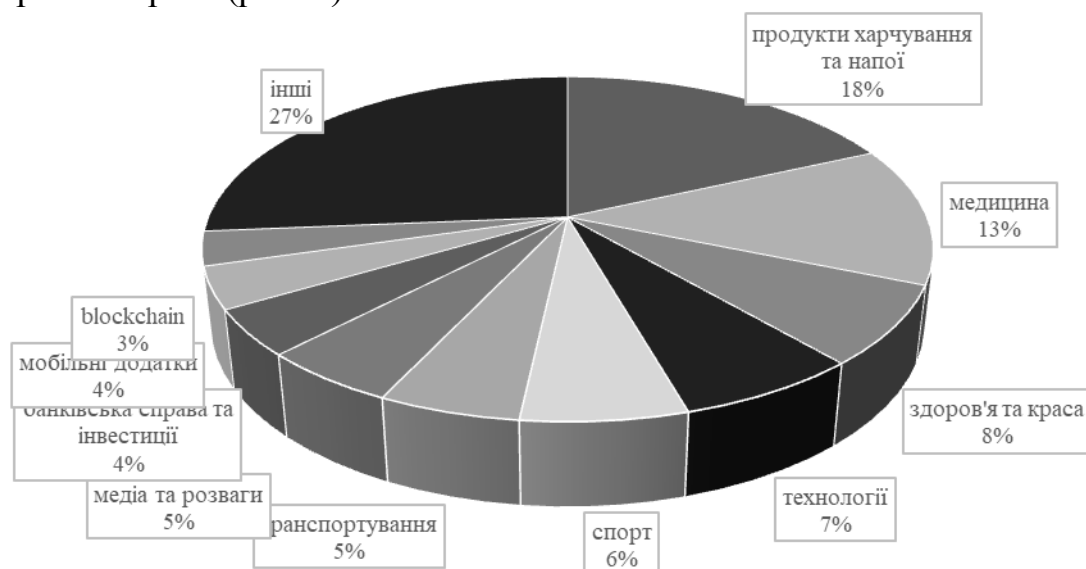
Особливо варто відзначити, що вперше, в 2018 році, намітилися негативна динаміка обсягів краудфандингу у всьому світі (рис. 2).



**Рис. 2.** Динаміка розвитку світового ринку з обсягів краудфандингу, 2015-2018, млн. дол. [11]

Після зростання загальної динаміки на 108,6 % у 2016 році та 44,5 % у 2017 році ринок краудфіндингу впав на – 27,3 % з 419 млрд дол. у 2017 році до 304,5 млрд дол. у 2018 році. Однак, це значною мірою пояснюється значним падінням краудфіндингової діяльності в Китаї, який у 2017 році становив 85,5% світового ринку краудфіндингу. Проте, світовий ринок краудфіндингу становив 12,27 млрд дол. у 2020 році і, як очікується, зросте більш ніж вдвічі (майже до 25,8 млрд дол.) до 2027 року [11].

Глобальний рівень успішності краудфіндингу на всіх платформах становить близько 50 %. Північноамериканські платформи мають лише 22,6 % успіху – ймовірно, через величезну кількість саме Північноамериканських проєктів. Варто зазначити, що лідерами краудфіндингових платформ зі збору коштів були сегменти: продукти харчування та напої (18 %), медицина (13 %) та здоров'я і краса (рис. 3).



**Рис. 3. Залучення фінансування на краудфіндингових платформах за сегментами у 2019 році**

Варто зазначити, що всі інвестори повинні орієнтуватися, що засновники бізнес-ідеї активні, – і що їх фінансові вкладення візьмуть участь у важливій справі, яка буде відома широкому загалу людей. Краудфіндинг – це не просто «гроші-товар-гроші», а має бути мотиваційний «гачок», для прикладу, у вигляді постійної активності засновника, його позитивного налаштування, очевидного всім.

Існує багато різних краудфіндингових платформ, якими можуть користуватися як інвестори, так і стартапи. Кожен сайт має різні правила та обмеження, націлений на різну аудиторію та різниться за рівнями для краудфіндингових інвесторів і тих, хто шукає інвестиції. З точки зору залученого капіталу, WeFunder очолив пакет у 2020 році, залучивши 70,9 мільйонів доларів США в акціонерний капітал. Крім того, серед платформ краудфіндингу акцій, які повідомляють про кількість користувачів, один мільйон користувачів WeFunder очолює рейтинг.

Розповсюдження краудфіндингу між країнами світу суттєво

відрізняється, частково ґрунтуючись на відмінностях в національному інституційному середовищі. Популярність краудфандингу поширюється між країнами. Завдяки досягненню рівності у фінансуванні бізнес-проектів і росту робочих місць, до 344 млн домогосподарств можуть вносити невеликі інвестиції в платформи краудфандингу. Це означає, що до 2025 року лише за допомогою краудфандингу можна буде зібрати майже 96 млрд дол.

Протягом багатьох років однією з найбільших перешкод, як в світі, так і в Україні, з якими стикаються краудфандингові платформи, які прагнуть пропонувати свої послуги за кордоном – відсутність загальних правил і різні вимоги до ліцензування, що призводить в свою чергу до високої відповідності та операційних витрат та не дозволяє краудфандинговим платформам ефективно масштабувати надання своїх послуг.

**Висновки.** Для стабільного майбутнього суб'єктам ринку потрібна зміна духу, яка підвищить життєві шанси людей, будучи «повноважною частиною» економічної системи. Важливою є активна, відкрита економічна та ринкова система знань, яка забезпечить матеріальне благополуччя, соціальну видимість, щастя та свідомість особистості. Краудфандинг, як нещодавня ринкова модель мережі соціальних спільнот в Інтернеті, має стати новою соціально-технічною системою спільної творчості за допомогою «самотворення та фінансування».

Для ефективного впровадження цифровізації суб'єктами підприємницької діяльності необхідно оцінити власну організаційну здатність, використовуючи фактори цифрової трансформації, провести маркетингове дослідження ринку з визначенням власної ніші, розробити методи зміни робочого процесу тощо.

Розвиток фінансових інновацій у вигляді краудфандингу потребує розробки та функціонування спеціальних засобів методичного забезпечення, а також механізмів залучення ресурсів для реалізації бізнес-проектів та ідей. Ця потреба вимагає відповідних інструментів і методологій оцінки фінансових інновацій, а також формулювання рекомендацій щодо можливих способів залучення фінансових ресурсів через використання краудфандингових платформ для сприяння можливостям розвитку колективних дій.

### **Література:**

1. Гончаренко А. Краудфандинг, або Історія полтавського муралу. Режим доступу: <https://zmist.pl.ua/blogs/kraudfanding-abo-istoriya-poltavskogo-muralu>
2. Іващенко А. І., Поліщук Є. А., Діба О. М. Перспективи розвитку краудфандингу в Україні як інструменту залучення коштів для підприємств малого та середнього бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 21. С. 28–33.
3. Матвейчук Л. О. Цифрова економіка: теоретичні аспекти. *Вісник Запорізького національного університету*. Економічні науки. 2018. № 4. С. 116–127.
4. Медведовський Д. Г. Цифрові фінанси: тенденції розвитку краудфандингових платформ. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 24. С. 125–128.
5. Попович Д. В., Назар Н. В., Савчин Н. В. Краудфандинг як новітній спосіб фінансування в Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 10 (2). С. 873–876.



6. Ferreira V., Papaoikonomou E., Terceño A. Unpeel the layers of trust! A comparative analysis of crowdfunding platforms and what they do to generate trust. Elsevier BV. *Business, Management and Accounting*. Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681321001634>

7. Communication on crowdfunding in the European Union – Frequently Asked Questions. Режим доступа: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/МЕМО\\_14\\_240](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/МЕМО_14_240)

8. Finance & Insurance. URL: <https://www.statista.com/markets/414/finance-insurance/>

9. Forbes H., Schaefer D. Guidelines for Successful Crowdfunding. Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/316788666\\_Guidelines\\_for\\_Successful\\_Crowdfunding](https://www.researchgate.net/publication/316788666_Guidelines_for_Successful_Crowdfunding)

10. Crowdfunding Statistics: United We Stand, Divided We Fall. Режим доступа: <https://kommandotech.com/statistics/crowdfunding-statistics-united-we-stand-divided-we-fall/>

11. Schmidt J. Crowdfunding Statistics Worldwide: Market Development, Country Volumes, and Industry Trends. Режим доступа: <https://p2pmarketdata.com/blog/crowdfunding-statistics-worldwide/>

### References:

1. Honcharenko, A. Crowdfunding or History of the Poltava mural. (n.d). Retrieved from <https://zmist.pl.ua/blogs/kraudfanding-abo-istoriya-poltavskogo-muralu>. (in Ukrainian).

2. Ivashchenko, A. I., Polishchuk, Ye.A., Dyba, O.M. (2016). Prospects for the development of crowdfunding in Ukraine as a tool for raising funds for small and medium enterprises. *Investments: practice and experience*. 2016, no. 21, pp. 28–33. (in Ukrainian).

3. Matveichuk, L. O. (2018). Digital economy: theoretical aspects. *Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic sciences*, 2018, no. 4, pp. 116–127. (in Ukrainian).

4. Medvedovskyi, D. H. (2019). Digital finance: trends in crowdfunding platforms. *Investment: practice and experience*, 2019, no. 24, pp. 125–128. (in Ukrainian).

5. Popovych, D. V., Nazar, N. V., Savchyn, N. V. (2018). Crowdfunding as the newest way of financing in Ukraine. *Young scientist*, 2018, no. 10 (2), pp, 873–876. (in Ukrainian).

6. Ferreira, V., Papaoikonomou, E., Terceño, A. Unpeel the layers of trust! A comparative analysis of crowdfunding platforms and what they do to generate trust. *Business, Management and Accounting*. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681321001634>.

7. Communication on crowdfunding in the European Union – Frequently Asked Questions. (n.d.) Retrieved from: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/МЕМО\\_14\\_240](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/МЕМО_14_240).

8. Finance & Insurance. (n.d.) Retrieved from: <https://www.statista.com/markets/414/finance-insurance>.

9. Forbes, H., Schaefer, D. Guidelines for Successful Crowdfunding. Retrieved from:

[https://www.researchgate.net/publication/316788666\\_Guidelines\\_for\\_Successful\\_Crowdfunding](https://www.researchgate.net/publication/316788666_Guidelines_for_Successful_Crowdfunding). (in Ukrainian).

10. Crowdfunding Statistics: United We Stand, Divided We Fall. (n.d.). Retrieved from: <https://kommandotech.com/statistics/crowdfunding-statistics-united-we-stand-divided-we-fall/>.

11. Schmidt, J. Crowdfunding Statistics Worldwide: Market Development, Country Volumes, and Industry Trends. (n.d.) Retrieved from: <https://p2pmarketdata.com/blog/crowdfunding-statistics-worldwide/>.

### ***Annotation***

***Vlasiuk S. A.***

#### ***Crowdfunding as an alternative source of financing the operation of business entities***

*To fund the operation of business entities, traditional sources are commonly applied such as private and borrowed funds or proceeds. Nowadays, crowd funding as an alternative avenue of funding applying digital technologies, is developing, which can help extend beyond traditional ones, providing a lower initial cost for small-sized investors, demonstrating public interest, etc. Crowdfunding can be an important alternative method of funding, especially for micro-enterprises, start-ups and non-profit-making associations.*

*It is determined that crowdfunding is not just a new alternative method of funding, but also an innovative tool for attracting communities, a powerful information force, a way to finance new businesses and a means of using new Internet technologies to address social problems.*

*It was found that during the pandemic, the number of new companies receiving financial resources through opening crowd funding platforms via the Internet has significantly increased for creating their own business projects or ideas. It is worth mentioning that all investors should be aware of the fact that the founders of the business idea are active, and that their financial investments will take part in an important deal that will be known to a wide range of people.*

*It is specially noted that the crowdfunding dissemination between world countries differs significantly, partly based on differences in the national institutional environment. The crowdfunding market is currently dominated by American platforms such as Kickstarter, Indiegogo and Fundrazr that are some of the strongest participants. The development of financial innovations applying crowdfunding requires the development and operation of special means of methodological assistance, as well as tools to leverage funds for providing business projects and ideas. These needs demands some appropriate tools for assessing financial innovation, as well as making recommendations on possible ways to leverage financial resources through the applying of crowdfunding platforms to promote opportunities for the development of collaborative action.*

***Key words:*** *crowdfunding, crowdfunding platform, investments, business project, funding*