

КРАУДСОРСИНГ ТА ПІТЧИНГ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

CROWDSOURCING AND PITCHING OF INNOVATIVE PROJECTS IN MODERN BUSINESS

УДК 338.58:65.014

<https://doi.org/10.32843/infrastruct43-65>

Демчишак Н.Б.

д.е.н., професор кафедри
фінансів, грошового обігу і кредиту
Львівський національний університет
імені Івана Франка

Антосюк В.І.

студентка
Львівський національний університет
імені Івана Франка

Demchyshak Nazar

Ivan Franko National University of Lviv

Antosiuk Vladyslava

Ivan Franko National University of Lviv

У статті досліджено роль краудсорсингових технологій та пітчінгу інноваційних проєктів у бізнесі. Проаналізовано специфіку функціонування провідних краудфандингових платформ, імплементація яких в Україні дасть змогу вдосконалити вітчизняні інструменти крауд-технологій в умовах інтеграції у Європейський Союз. Розглянуто світовий досвід підтримки інноваційної діяльності, зокрема на прикладі Японії. Систематизовано інтернет-сервіси, які використовують механізм краудсорсінгу. Розкрито основні аспекти створення та підтримки інновацій на прикладі «Лабораторії ідей», організованої Львівською бізнес-школою, яка функціонує при Українському Католицькому Університеті. Запропоновано нові інструменти пітчінгу стартапів, окреслено заходи, які сприятимуть активізації інноваційної діяльності в Україні та дадуть змогу підвищити конкурентоспроможність продукції вітчизняних підприємств на світовому ринку.

Ключові слова: краудсорсінг, пітчінг, інноваційні проєкти, крауд-технології, стартап, бізнес, краудфандингові платформи.

В статье исследована роль краудсорсинговых технологий и питчинга инновацион-

ных проектов в бизнесе. Проанализирована специфика функционирования ведущих краудфандинговых платформ, имплементация которых в Украине позволит усовершенствовать отечественные инструменты крауд-технологий в условиях интеграции в Европейский Союз. Рассмотрен мировой опыт поддержки инновационной деятельности, в частности на примере Японии. Систематизированы интернет-сервисы, которые используют механизм краудсорсинга. Раскрыты основные аспекты создания и поддержки инноваций на примере «Лаборатории идей», организованной Львовской бизнес-школой, которая функционирует при Украинском Католическом Университете. Предложены новые инструменты питчинга стартапов, определены меры, которые будут способствовать активизации инновационной деятельности в Украине и позволят повысить конкурентоспособность продукции отечественных предприятий на мировом рынке.

Ключевые слова: краудсорсінг, пітчінг, інноваційні проєкти, крауд-технології, стартап, бізнес, платформи краудфандінга.

Successfully adapting existing innovative ideas or developing new ones significantly influences a firm's ability to generate profits and develop competitive advantages. However, innovation in modern business is perceived as a complex, risky and uncertain process and its success strongly depends on whether or not firms are capable of understanding and addressing their customers' needs. This study explores how crowdsourcing-based search approaches can contribute to the process of launching the innovative projects. Drawing on data from a crowdsourcing initiative designed to develop ideas for modern business. We provide exploratory insights into the value of crowdsourcing for innovating a modern business, and discuss which characteristics of crowd-contributors increase the quantity and quality of the outcome. The purpose of the study is to substantiate the role of crowdsourcing and pitching of innovative projects in modern business. The experience of foreign countries and international crowdfunding platforms that will help improve domestic crowdfunding tools in accordance with the processes of Ukraine's integration into the European Union are analyzed, in particular, the world experience of supporting innovation on the example of Japan. Internet services that use the crowdsourcing mechanism are systematized. The main aspects of creating and supporting innovations on the example of one of the initiatives in Western Ukraine – the “Laboratory of Ideas”, organized by the Lviv Business School, which operates at the Ukrainian Catholic University in Lviv. At the same time, the chosen topic of the research has been very relevant today. That is coming up with the fact that crowdsourcing is an effective tool that allows you to adjust the development of an existing business or a start-up project with minimal costs, taking into account the opinion of leading experts and even more. We always have to remember that coming up with creative and innovative ideas are not difficult, but selling them by using different platforms is hard. Moreover the success of each startup projects lies in a quality presentation – that is called as pitching of an innovative product for potential investors and a well-established risk management system at the enterprise as well. All too often, entrepreneurs, sales executives, and marketing managers go to great lengths to show how their new business plans or creative concepts are practical and high margin – only to be rejected by corporate decision makers who don't seem to understand the real value of the idea. Accordingly, the topic of the article definitely needs further theoretical research.

Key words: crowdsourcing, pitching, innovative projects, crowdfunding tools, startup, business, crowdfunding platforms.

Постановка проблеми. У сучасному конкурентному ринковому середовищі підприємства переорієнтовуються на використання інноваційних технологій та передових здобутків у сфері маркетингу. Креативністю та специфічним значенням серед них вирізняється краудсорсінг, що є ефективним способом оптимізації функціонування підприємств на основі використання та імплементації ідей сторонніх учасників для вирішення актуальних питань щодо розвитку й організації та ведення бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти застосування інноваційних технологій та рішень, зокрема краудсорсінгу, у підприємницькій діяльності вивчали такі науковці,

як О. Гавриш [1], О. Марченко [6], А. Михайлов [7], О. Карий [4], Я. Панас [4], Д. Танскотт [10], Д. Хау [11].

Втім, краудсорсінг та пітчінг інноваційних ідей набувають все більш суттєвішого значення через недосконалість традиційних форм спільної інтелектуальної роботи та дефіцит висококваліфікованих експертів для вирішення суспільно важливих завдань.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування ролі й пріоритетів розвитку краудсорсінгу та пітчінгу інноваційних проєктів у сучасному бізнесі.

Виклад основного матеріалу дослідження. З огляду на новизну та незначний рівень

поширення у світі усталеного й однозначного тлумачення краудсорсингу немає. Загалом краудсорсинг (англ. "crowdsourcing", "crowd" – «натовп» і "sourcing" – «використання ресурсів») – це передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб [8], тобто краудсорсинг – це залучення або мобілізація фахівців для спільного вирішення актуальних проблем чи реалізації суспільно значимих проєктів.

Потрібно зауважити, що інколи це поняття отожднюється з краудфандингом, що є помилкою, адже краудсорсинг – це не лише можливість отримати додаткове фінансування проєкту. Як відомі та найбільш популярні міжнародні платформи з краудфандингу, такі як "Kickstarter", "IndieGoGo", "RocketHub", "Boomerang", "PeerBackers", так і національні українські платформи, такі як "Na-Starte", "RazomGO", «Спільнокошт», мають особливу попередньо встановлену кнопку на сайті, яка має назву "Donate", що у перекладі означає «пожертвувати», тобто кожна особа може підтримати той чи інший проєкт матеріально, а проєкт у відповідь може отримати додаткову можливість збору коштів для його реалізації. Краудсорсинг – це також можливість дослідити похибки до початку запуску продукту або сформулювати концепцію певного продукту, що є корисним для молоді компанії у сучасному конкурентному середовищі.

Краудсорсинг є ефективним інструментом, який дає змогу з мінімальними витратами коригувати розвиток наявного бізнесу або ще не запущеного стартап-проєкту з урахуванням думки провідних фахівців тощо. Серед можливостей, які надають краудсорсингові новітні технології у бізнес-сфері, слід назвати такі:

- економія інформаційних та часових ресурсів;
- раціональне використання досвіду експертів та інтересів соціуму;
- створення інноваційних умов для налагодження ефективної комунікації з цільовою аудиторією, на яку орієнтується фірма, випускаючи продукт чи плануючи надавати певні послуги;
- оптимізація маркетингових витрат, як наслідок, можливість переспрямувати ресурси на інші пріоритети.

Потрібно враховувати, що краудсорсинг набув поширення лише з активним впровадженням інтернет-технологій, які перевели процес комунікації на якісно інший рівень, сприяли появі значної кількості нових соціальних явищ, професій, способів вирішення суспільних та індивідуальних проблем. Новітні інтернет-технології суттєво трансформували процес досягнення цілей у сучасному бізнесі, оптимізувавши та суттєво спростили його. Власне, так і з'явилися інтернет-сервіси краудсорсингу (табл. 1).

Отже, існує багато інтернет-сервісів, які фактично практикують краудсорсингові технології.

В Україні також є відомі проєкти, наприклад українська «Вікіпедія» – україномовний розділ «Вікіпедії» – багатомовного інтернет-проєкту зі створення енциклопедії, яку може редагувати кожний користувач Інтернету. Нині кількість статей української «Вікіпедії» становить більше 1 000 000. Водночас в Україні активно створюються різні групи у "Facebook" для комунікації та вирішення певних проблем.

Також у краудсорсингу велике значення має використання креативного потенціалу клієнтів бізнес-структур. Так, відома данська компанія "Lego Group" успішно використовує можливості своїх споживачів. "Lego Group" пропонує спеціальну комп'ютерну програму клієнтам, за допомогою якої вони можуть самостійно запропонувати нові моделі конструктора. Ідеї майбутніх іграшок обговорюються на сайті "CUUSOO", і якщо проєкт набирає максимальну кількість голосів, то компанія запускає його у виробництво. Завдання з пошуку рішень краудсорсингу виконують такі ресурси й платформи, як "Kaggle", "Crowd Flower", "InnoCentive", "Academy of Ideas", "Amazon", "Wazoku" [4]. Цей вид краудсорсингу є одним з найскладніших та особливо цінним.

Досвід західних компаній демонструє ефективність краудсорсингових проєктів, тоді як в Україні краудсорсингові технології набули поширення відносно недавно. Це можна пояснити тим, що значна кількість українських стартапів вважає, що використання краудсорсингу пов'язане зі втратою контролю та конфіденційності, тобто менеджмент переконаний, що передає управління споживачам, при цьому результат непрогнозований, адже може статись як успіх, так і невдача.

Для оцінювання можливостей краудсорсингу та успішності вже реалізованих проєктів нами було проведено спеціальне дослідження. При цьому використано метод експертної оцінки, а як інструментарій – "Google Form". Вибірку опитування становили 28 молодих підприємців віком від 19 до 34 років, які взяли участь у створенні, презентації та реалізації суспільно важливих інноваційних проєктів Львівщини, Івано-Франківщини та Тернопільщини.

На основі систематизації результатів опитування розглянемо два випадки, як, власне, молоді підприємці розцінюють роль краудсорсингу для свого проєкту. У першому випадку це є можливістю пошуку ділових партнерів та залучення додаткових коштів зі сторонніх джерел, а в другому – привернення уваги медіа до популяризації проєкту (рис. 1).

Отже, динаміка є позитивною, але водночас неоднозначною, оскільки близько 57–60% молодих підприємців вважають, що краудсорсингові технології дають можливість швидше як зібрати кошти для реалізації проєкту, так і популяризувати його за допомогою додаткових медіа-джерел;

Таблиця 1

Інтернет-сервіси, які використовують краудсорсингові технології

№	Тип	Назва	Опис
1	Інтернет-сервіси для пошуку рішень різноманітних проблем за участю професіоналів	RedesignMe	Платформа для обговорення громадами та підприємствами можливостей покращення продуктів та послуг.
		Kluster	Платформа для групового прийняття рішень, що зорієнтована на пошук нових ідей, визначення найкращих з них та подальшого їх доопрацювання.
		InnoCentive	Веб-група науковців, які досліджують і вирішують представлені організаціями проблеми.
2	Інтернет-сервіси для пошуку рішень вузькоспеціалізованих проблем	SkyscraperCity	Інтернет-сервіс урбаністичної тематики, який присвячений усьому, що пов'язане з архітектурою, будівництвом, проектуванням, інфраструктурою, географією, туризмом та облаштуванням міст і країн загалом.
		99designs	Інтернет-сервіс для графічного дизайну, зокрема дизайну логотипів, веб-дизайну та інших дизайнерських конкурсів.
3	Інтернет-сервіси для збору коштів	Спільнокошт	Українська платформа для збору коштів, завдяки якій десятки проєктів вже зібрали гроші на новий бізнес, екологічні та громадські акції, роботу ЗМІ, організацію фестивалів та мистецьких заходів, створення кліпів тощо.
		Indiegogo	Це краудфандингова платформа спрямована на громадське співфінансування абсолютно будь-яких проєктів. Вона не встановлює обмежень на типи та тематику проєктів. Ресурс є відкритим для користувачів з будь-якої точки світу.
		GlobalGiving	Це фандрейзингова онлайн-платформа для неприбуткових організацій зі всього світу. Головною метою діяльності є створення можливостей перетину неприбуткових і благодійних організацій зі світовою мережею індивідуальних та корпоративних «донорів» задля пошуку коштів та інформування про локальні проєкти. Вибравши проєкт на платформі, донор може пожертвувати будь-яку суму на його розвиток.
4	Соціальні мережі	LinkedIn	Соціальна мережа для пошуку та встановлення ділових контактів. У "LinkedIn" зареєстровано понад 85 мільйонів користувачів, які представляють 150 галузей з 200 країн, що дає можливість залучити потрібних фахівців до обговорення проблеми.
		Facebook	Соціальна мережа, яка дає можливість створити закриту або відкриту групу для обговорення якоїсь проблеми, постійно інформуючи користувачів різними засобами про хід дискусії, нові матеріали тощо.
		Жителі	Українська платформа, яка об'єднує жителів великих будинків для комунікацій, спілкування та самоорганізації, що дає можливість створити комфортніші умови життя.

Джерело: складено на основі джерела [5]

21–23% у цьому впевнені. Водночас близько 20% стверджують протилежне й переконані, що згаданих можливостей немає.

На рис. 2 наведені оцінки власних інноваційних проєктів керівниками бізнесу, які скористалися крауд-технологіями. Так, лише 32,14% оцінили свій проєкт як успішний, 42,86% – як частково успішний, 25% – як неуспішний (рис. 2). В абсолютному значенні це 9, 12 та 7 підприємців відповідно.

Проведений аналіз дає підставити стверджувати, що краудсорсинг інноваційних проєктів потребує глибшого дослідження з огляду на специфіку трансформаційних тенденцій у національній економіці України, поступове зростання рівня її інноваційності та появу креативних ідей.

У бізнес-сфері краудсорсинг дає змогу залучити не лише професіоналів для пошуку оригінального рішення, але й потенційних інвесторів, що дасть

змогу суттєво диверсифікувати ресурсний потенціал. Власне, це, на нашу думку, особливо актуально для вітчизняних суб'єктів господарювання, у яких разом зі вдалими маркетинговими рішеннями є дефіцит фінансування.

На наш погляд, також має місце значний потенціал застосування краудсорсингових технологій у сфері місцевого самоврядування України, за допомогою яких можна було б вирішувати питання екологічного, освітнього та економічного характеру, актуальні для певного регіону чи громади. Децентралізаційні процеси в Україні та створення об'єднаних територіальних громад сформують передумови для акумуляції фінансових ресурсів на місцях. Отже, громади, що будуть прагнути розвиватись, очевидно, спрямовуватимуть кошти на цифровізацію та надання онлайн-послуг, формуватимуть інфраструктуру для залучення інвесторів,

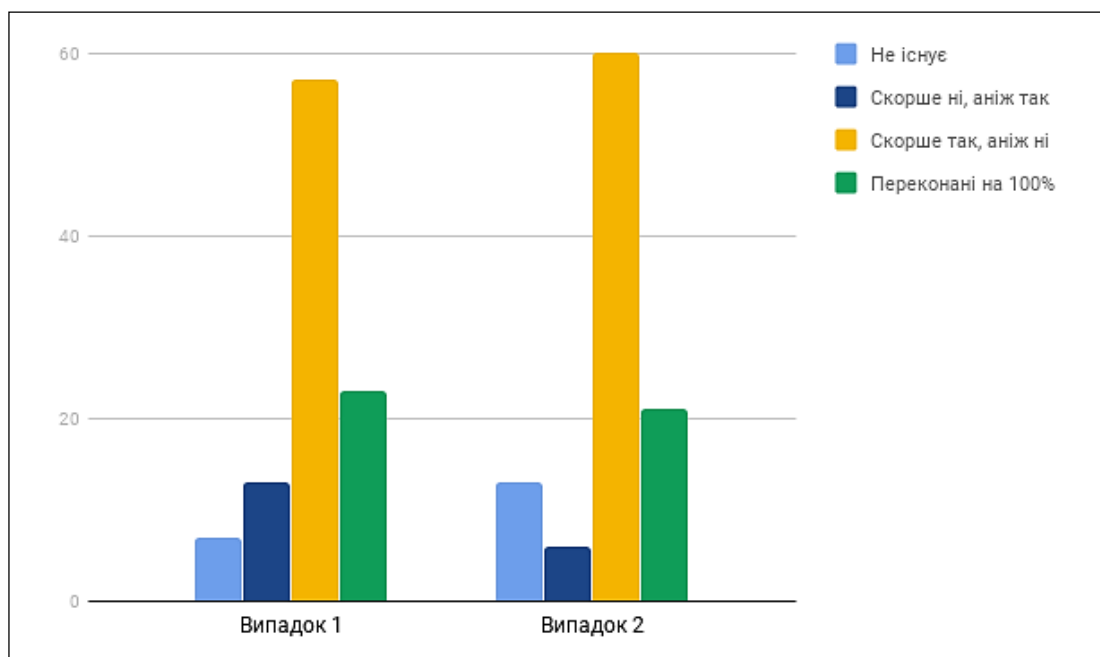


Рис. 1. Оцінка можливостей краудсорсингу на основі проєктів молодих підприємців

Джерело: складено на основі проведеного дослідження

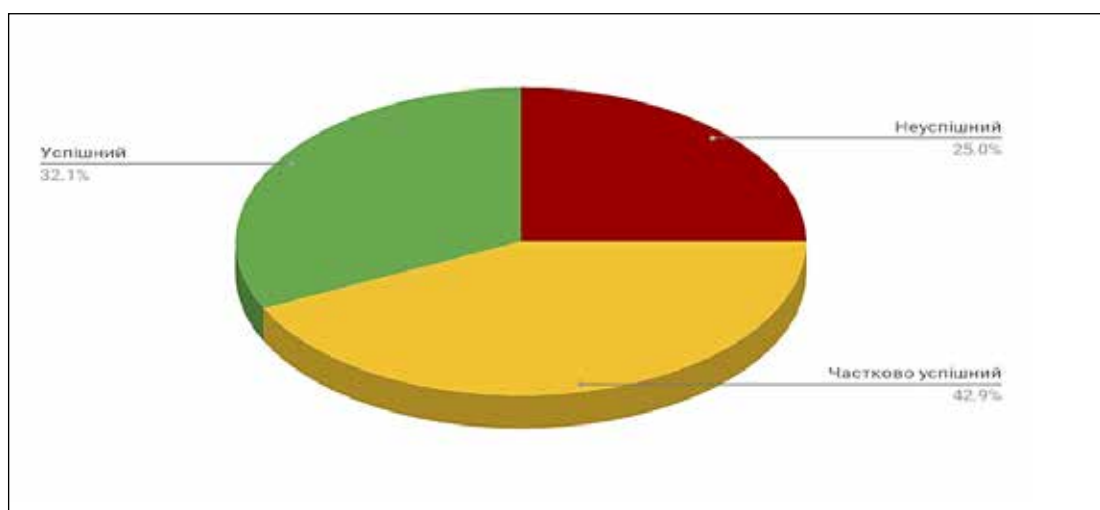


Рис. 2. Оцінка успішності проєктів молодих підприємців

Джерело: складено на основі проведеного дослідження

генеруватимуть креативні ідеї тощо. Наприклад, громади у туристичних регіонах України можуть скористатись ідеями фахівців чи просто громадян або потенційних клієнтів на основі краудтехнологій, зокрема краудсорсингу. Такі інноваційні рішення й підходи на рівні об'єднаних територіальних громад дадуть змогу вирішити наявні проблеми й досягти економії коштів, хоча, зрозуміло, що використання цих інструментів буде залежати від голів громад, рівня та якості їх управління й безпосередньо обізнаності та готовності до впровадження інноваційних технологій.

Засновники стартап-проєктів у сучасному бізнес-середовищі, як правило, переконані в тому, що професійність управління продуктом потребує відповідних знань і концептуального розуміння процесів [2; 3]. Водночас успішність полягає у якісній презентації, тобто пітчінгу інноваційного продукту для потенційних інвесторів та налагодженій системі ризик-менеджменту на підприємстві.

Пітчінг є новим поняттям для вітчизняного бізнесу, виникнення якого пов'язане із сучасними інноваційними трендами у провідних країнах світу. Під пітчінгом традиційно розуміють публічний

виступ задля представлення та продажу свого продукту.

Загалом виділяють такі види пітчу [1]:

1) “elevator pitch”, тривалість якого становить 1 хвилину, а основна мета полягає в тому щоби зацікавити інвестора для наступної зустрічі, тому необхідно успішно коротко описати справжню проблему, її пропоноване вирішення;

2) “idea pitch”, тривалість якого становить до 3 хвилин, часто практикується в стартап-конкурсах;

3) “funding pitch”, тривалість якого становить близько 7–10 хвилин, характеризується більш широкою презентацією порівняно з “idea pitch”, включає такі розділи, як конкуренти, стратегія виходу на ринок, позиція та необхідні інвестиції.

Найоптимальнішим варіантом є “idea pitch”, структуру якого розглянемо нижче (табл. 2).

Наприклад, однією з численних можливостей на Західній Україні є «Лабораторія ідей», організована Львівською бізнес-школою. Вона є середовищем, де у дискусії з однодумцями, досвідченими підприємцями та менторами народжуються ідеї нових інноваційних стартапів, а також акселератором ідей у країні, який дає нагоду отримати стипендію на навчання. Автори кращих проєктів протягом двох місяців мають змогу навчатися на “Pre-Development Program Ideas Lab” («Програма розвитку LvBS»), а також відвідувати експертні зустрічі з менторами для вдосконалення власної ідеї. Крім того, щороку наприкінці травня у Львівській бізнес-школі проходить пітчинг бізнес-ідей учасників “Pre-Development Program LvBS”, переможці якого отримують стипендії для навчання на програмі з інновацій та підприємництва [7]. Отже, очевидно, що зусилля закладів вищої освіти (згадана бізнес-школа функціонує при Українському католицькому університеті у Львові) можуть сприяти розвитку креативних ідей та формуванню інноваційної економіки в Україні.

У контексті зазначеного доречно також враховувати міжнародний досвід, наприклад Японії,

де базовими інструментами фінансування науки та інновацій є субсидії університетам та фондам для підтримки наукових досліджень, а саме Фонд підтримки наукових досліджень і Фонд розвитку стратегічних творчих досліджень, що орієнтовані на фінансування соціально важливих проєктів у сфері науки. Крім того, у Японії існують спеціальні програми фінансування окремих проєктів пріоритетного інноваційного розвитку, зокрема урядова Програма грантів на наукові дослідження, функції управління якої здебільшого передані Японському суспільству сприяння розвитку науки, Програма створення стратегічних інновацій (SIP) і Програма підтримки проривних досліджень і розробок (ImPACT). Кошти цих програм розподіляються на конкурсній основі [5]. Власне, конкурсні та грантові засади фінансування досліджень та інноваційних ідей в Україні – це запорука, на наш погляд, уникнення бюрократизації, розтрати бюджетних коштів, а також дискримінації справжніх креативних індивідів і потенційних інноваторів.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, можна зробити висновок, що краудсорсингові технології стали ефективним управлінським інструментом, застосування якого в сучасному бізнесі дає змогу вирішити актуальні й нагальні проблеми з використанням знань і компетентності кваліфікованих фахівців, креативних та активних громадян. Водночас пітчинг інноваційних проєктів є дієвим інструментом реалізації успішного новітнього продукту чи послуги на конкурентному ринку, який в Україні може бути успішно використаний для розвитку стартап-індустрії задля успішної інтеграції у глобальний інноваційний простір.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бояринова К., Гавриш О., Копішинська К. Розробка стартап-проєктів. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 116 с.
2. Демчишак Н., Біда І. Пріоритети фінансового регулювання процесу генерації знань в умо-

Таблиця 2

Структура “Idea Pitch”

Структурні частини	Назва	Тривалість	Запитання
Вступ	Назва продукту	40 секунд	Що це за продукт?
	Проблема та актуальність		Чим цей продукт актуальний саме зараз?
Основна частина	Опис продукту та ринку	2 хвилини	Як це працює? Як влаштований продукт? Яка наша аудиторія? Хто є конкурентами?
	Бізнес-модель		Яким чином будете отримувати дохід?
	Маркетинг та стратегія		Які подальші дії з виходом продукту на ринок та його популяризацією? Які методи просування ми хочемо використати?
Підсумок	Інвестиції та команда	20 секунд	Які обсяги фінансування необхідні для реалізації проєкту? Які суспільно важливі завдання передбачає цей проєкт? Хто є нашою командою?

Джерело: складено на основі джерела [1]

вах євроінтеграції. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 19. С. 464–470.

3. Демчишак Н., Жук Ю. Роль економіки знань у побудові інноваційної моделі розвитку України. *Молодий вчений*. 2018. № 7 (59). С. 258–263.

4. Карий О., Панас Я. Краудсорсинг як інструмент менеджменту: приклади вирішення місцевих проблем. 2016. URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/2774/visnyk2016-213-219.pdf> (дата звернення: 18.05.2020).

5. Лігузова В., Баклаженко Ю., Гиря Р. Світовий досвід державної підтримки інновацій. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 18. С. 36–41.

6. Марченко О. Інтелектуальний краудсорсинг як категорія інформаційного суспільства. *Strategiczne pytania światowej nauki* : materiały IX Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. Przemysł : Nauka i studia, 2013. Vol. 8 : Ekonomiczne nauki. S. 51–53. URL: <http://dspace.nlu.edu.ua/handle/123456789/2074> (дата звернення: 18.05.2020).

7. Михайлов А. Примеры краудсорсинга. URL: <http://www.pro-biznes.com/organizaciya-i-upravlenie-biznesom/primerykraudsorsinga.html#sthash.wrdl74ox.dpuf> (дата звернення: 20.05.2020).

8. Офіційний сайт Програми з інновацій та підприємництва. *MSc in Innovations and Entrepreneurship, LvBs*. URL: <https://lvbs.com.ua/education/programs/innovations/msie> (дата звернення: 19.05.2020).

9. Герасіна Л., Погрібна В., Поліщук І. та ін. Політологічний енциклопедичний словник / за ред. М. Требіна. Харків : Право, 2015. 368 с.

10. Танскотт Д., Уильямс Э.Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. Москва : BestBusinessBooks, 2009. 392 с. URL: http://loveread.ec/read_book.php?id=66296&p=1 (дата звернення: 16.05.2020).

11. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. Москва : Альпина Паблишер, 2012. 288 с. URL: <https://kniga.biz.ua/pdf/3156-Krowdsorsing-otrivok.pdf> (дата звернення: 16.05.2020).

12. Cutler K.M. Lessons From A Study of Perfect Pitch Decks: VCs Spend An Average of 3 Minutes, 44 Seconds On Them. URL: <https://techcrunch.com/2015/06/08/lessons-from-a-study-of-perfect-pitch-decks-vcsspend-an-average-of-3-minutes-44-seconds-on-them/#.7hq9kx:JuPQ> (дата звернення: 21.05.2020).

REFERENCES:

1. Bojarynova K., Ghavrysh O., Kopishynsika K. (2019) *Rozrobka startup-proektiv* [Development of startup projects]. Kyiv : KPI im. Igor Sikorsky (in Ukrainian).

2. Demchyshak N., Bida I. (2018) *Priorytety finansovogho rehuljuvannja procesu gheneracii znanj v umo-*

vakh jevointegracii. Infrastruktura rynku [Priorities of financial regulation of the process of knowledge generation in the context of European integration]. *Market infrastructure*, vol. 19, pp. 464–470.

3. Demchyshak N., Zhuk Yu. (2018) *Rol ekonomiky znan u pobudovi innovatsiinoi modeli rozvytku Ukrainy* [The role of the knowledge economy in building an innovative model of Ukraine's development]. *A Young Scientist*, vol. 59, no. 7, pp. 258–263.

4. Karyi O., Panas Ya. (2016) *Kraudsorsynh yak instrument menedzhmentu: pryklady vyrishennia mistsevykh problem* [Crowdsourcing as a management tool: examples of solving local problems]. URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/2774/visnyk2016-213-219.pdf> (accessed: 18 May 2020).

5. Lihuzova V., Baklazhenko Yu., Hyria R. (2017) *Svitovyi dosvid derzhavnoi pidtrymky innovatsii* [World experience of state support of innovations]. *Global and National Economic Problems*, no. 8, pp. 36–41.

6. Marchenko O. (2013) *Intelektualnyj kraudsorsynh yak kategorija informacijnogho suspiljstva* [Intellectual crowdsourcing as a category of information society]. *Economic Sciences*, vol. 8, pp. 51–53. URL: <http://dspace.nlu.edu.ua/handle/123456789/2074> (accessed: 18 May 2020).

7. Mykhailov A. *Prymery kraudsorsynha* [Examples of Crowdsourcing]. URL: <http://www.pro-biznes.com/organizaciya-i-upravleniebiznesom/primerykraudsorsinga.html#sthash.wrdl74ox.dpuf> (accessed: 20 May 2020).

8. Ofitsiyni sait Prohramy z innovatsii ta pidpriemnytstva. *MSc in Innovations and Entrepreneurship, LvBs*. URL: <https://lvbs.com.ua/education/programs/innovations/msie> (accessed: 19 May 2020).

9. *Politolohichni entsyklopedychnyi slovnyk / L. Herasina, V. Pohribna, I. Polishchuk* (2015). Kharkiv : Pravo (in Ukrainian).

10. Tanskott D., Uyljams E.D. *Vykynomyka*. (2009) *Kak massovoe sotrudnychestvo yzmenjaet vse* [How Mass Cooperation Changes Everything]. Moskva : Best Business Books, 392 p. URL: http://loveread.ec/read_book.php?id=66296&p=1 (accessed: 16 May 2020).

11. Khau Dzh. *Kraudsorsynh*. (2012) *Kollektivnyj razum kak ynstrument razvytyja byznesa* [The collective mind as a tool for business development]. Moskva : Aljpyna Pablysher, 288 p. URL: <https://kniga.biz.ua/pdf/3156-Krowdsorsing-otrivok.pdf> (accessed: 16 May 2020).

12. Cutler K.M. *Lessons From A Study of Perfect Pitch Decks: VCs Spend An Average of 3 Minutes, 44 Seconds On Them*. URL: <https://techcrunch.com/2015/06/08/lessons-from-a-study-of-perfect-pitch-decks-vcsspend-an-average-of-3-minutes-44-seconds-on-them/#.7hq9kx:JuPQ> (accessed: 21 May 2020).