

Список використаних джерел

1. Самарский А.А. Математическое моделирование: Идеи. Методы. Примеры / А.А. Самарский, А.П. Михайлов – [2-е изд., испр.]. – М.: Физматлит, 2005.-320с.
2. Коляда Ю.В., Шатарська І.Ф. «Апроксимація числової міри зв'язку між ризиком та інерційністю економічної системи» / Збірник матеріалів Шостої Міжнародної науково-практичної конференції «Моніторинг, моделювання та менеджмент емерджентної економіки», Одеса, 24-26 травня 2017 р., ст.199-203.
3. Коляда Ю.В., Шатарська І.Ф. «Динаміка економічного ризику для класичної логістичної моделі» / Збірник матеріалів XI науково-практичної конференції «Моделювання та прогнозування економічних процесів» НТУУ КПІ, 2017р, ст.43-45.

Кононова К. Ю.,
д.е.н., доцент, професор
кафедра економічної кібернетики та прикладної економіки
Дек А. О.,
аспірант
кафедра економічної кібернетики та прикладної економіки
Харківський національний університет
ім. В.Н. Каразіна

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА КІЛЬКІСТЬ ЗАЛУЧЕНИХ КОШТІВ НА ICO

Initial Coin Offering (ICO) – первинне розміщення монет. З розвитком криптовалют цей метод краудфандінгу набуває все більшої популярності. Під час ICO, проект, що планує залучити кошти, випускає власну криптовалюту, частину якої продає інвесторам. Поняття ICO введено за аналогією до Initial Public Offering (IPO) – первинне розміщення акцій, але на відміну від IPO, правовий статус ICO станом на вересень 2018 не визначено, що з одного боку дозволяє проектам бути більш гнучкими, з іншого боку призводить до великої кількості маніпуляцій.

У 2017 році ICO проекти залучили 6,8 млрд. доларів США. Всього з 2015 року через випуск власної валюти, ICO проектами було зібрано суму близько 9 млрд. доларів США. На рис. 1 пока-

зано кількість коштів, отриманих на ICO з листопада 2016 року до першого кварталу 2018 року.

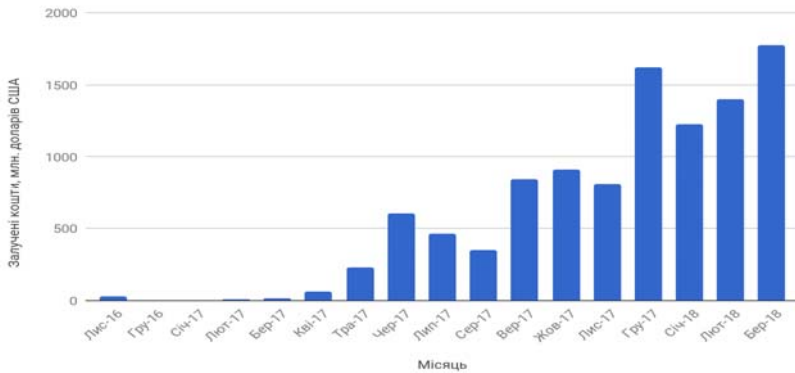


Рис. 1. Кошти, залучені ICO проектами по місяцях

Як видно з рис. 2, менше 10% ICO залучили понад 50 млн. доларів США кожен, приблизно 70% – від 10 до 50 млн, інші – менше 10 млн. Відверто провальні проекту не потрапили до статистики оскільки про них нічого не відомо. Найбільшими емітентами у цей період були: HDAC (\$ 258 млн.), Filecoin (\$ 257 млн.), Tezos (\$ 232 млн.), Votes (\$ 224 млн.). На початку липня 2018 завершилося найбільше ICO до цього часу, проект EOS залучив 4.2 млрд. доларів. Цей проект не включено до статистики через те, що він завершився після закінчення періоду дослідження.

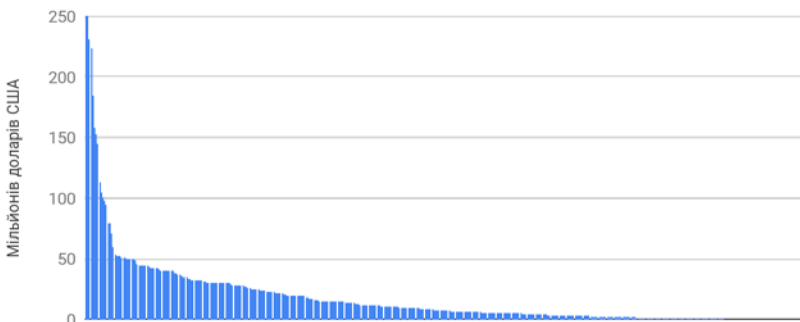


Рис. 2. Кількість залучених коштів по проектах

Метою цього дослідження було виявлення факторів, що найбільш впливають на кількість коштів, що залучаються за допомоги ICO. Для її досягнення було зібрано дані про 650 проектів, що відбувалися протягом 2015-2018 років. Вивчено більше 100 їх показників, включаючи дані про членів команди, кількість лайків, поширень та фоловерів у соціальних мережах Facebook, Twitter, Reddit, Telegram. З використанням засобів інтелектуального аналізу даних виявлено найбільш впливові на успіх ICO фактори, чотири з яких перераховано нижче за зменшенням значущості.

1. Популярність веб-сайту

Найважливішим фактором виявилася популярність веб-сайту, яка є результатом всієї маркетингової діяльності проекту, що виходить на ICO. Цей фактор було оцінено на основі рейтингу Alexa rank⁵ для кожного ICO – чим вище рейтинг Алекса, тим більше коштів може залучити проект.

2. Активність на Github

Другим за значимістю виявився фактор активності на Github⁶. Щоб відокремити реальні проекти від реклами, інвестори, як правило, звертають увагу на діяльність компанії на Github. В процесі дослідження було виявлено, що деякі проекти ICO намагаються збільшити кількість строк коду, зберігаючи угоди та робочі документи. Проте було з'ясовано, що кількість коду не має значення, значимим є його якість – чим більше у репозиторію зірок від інших користувачів, тим більше коштів залучається.

3. Відсоток розподілених токенів

Щоб залучити кошти, проекти на ICO продають значну частину від усього об'єму токенів. Зазвичай це близько половини. Вважається, що більша частина токенів має бути розподілена серед великої кількості учасників ICO, щоб запобігти можливим маніпуляціям ціною. Дослідження показало, що 95% ICO розподіляють від 43% до 79% токенів серед інвесторів (рис. 3). Подальше збільшення розподілених токенів не призводить до збільшення кількості зібраних коштів.

⁵ Це рейтинг Інтернет-трафіку на веб-сайті, порівняно з усіма іншими веб-сайтами в Інтернеті відповідно до Alexa.com. Чим ближче веб-сайт до № 1, тим більш популярним він є.

⁶ Репозиторій, на якому проекти з відкритим кодом зберігають свій код.

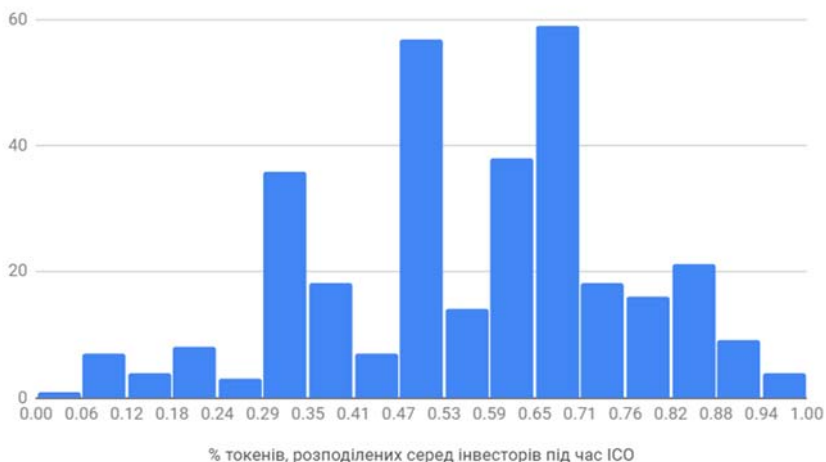


Рис. 3. Розподіл токенів

4. Спільнота навколо проекту

Дослідження кількісних характеристик спільнот навколо проєктів показали, що не всі площадки однаково важливі. Наприклад, Telegram та Reddit є набагато важливішими, ніж Twitter і Facebook. Ймовірно тому, що Telegram надзвичайно популярний серед інвесторів у криптовалюту, а спільнота у Telegram має більш цільову аудиторію, ніж Twitter або Facebook. В цілому, чим більше учасників Telegram у спільноті ICO, тим, як правило, більше коштів залучається.

Для виявлення оптимальної стратегії виходу на ICO було здійснено ієрархічну кластеризацію проєктів, результати якої наведено у таблиці нижче.

Таблиця 1

Результати кластеризації за чотирма значущими факторами

Кластер	Середні значення показників по кластерах			
	Залучені кошти	Alexa rank	Кількість фоловерів Telegram	Відсоток токенів, розподілених на ICO
1	\$24,425,293	112,617	13,485	53%
2	\$14,754,961	986,767	2,556	56%
3	\$12,716,239	372,368	5,271	58%
4	\$10,297,514	9,589,444	3,233	65%
5	\$8,666,226	2,522,898	2,259	62%
6	\$104,738	5,726,157	100	68%

Як видно з табл. 1, середнє значення кількості зібраних коштів для першого кластеру найбільше – 24 млн. доларів. Ці проекти приділяли основну увагу маркетингу та формуванню спільнот. Але очевидно, що це не єдина успішна стратегія – наприклад, третій за кількістю зібраних коштів кластер робив ставку на розробку та презентацію процесу на Github.

В цілому, під час аналізу ICO були розглянуті лише непрямі фактори, що піддаються збиранню із загальнодоступних джерел. Деякі інші чинники, такі як інноваційність проекту, особисті домовленості, угоди та вдача також мають величезний вплив на успіх у залученні коштів. Через свою суб'єктивність, вони не були долучені до цього дослідження. Однак моделі, побудовані на зібраних факторах пояснюють до 30% дисперсії кількості залучених коштів та дозволяють оптимізувати стратегію виводу проекту на ICO.

Список використаних джерел

1. Witten I.H., Frank E. (2005). Data Mining: Practical machine learning tools and techniques, 2nd Edition, Morgan Kaufmann, San Francisco.
2. Tan P., Steinbach M., Kumar V. (2005). Introduction to Data Mining, Addison Wesley.

Кораблінова І. А.

к.е.н., доцент,

*докторант кафедри економічної теорії та управління проектами
Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова, м. Одеса*

СУЧАСНІ КОМПАНІЇ НА ШЛЯХУ ЦИФРОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ: РЕАЛЬНИЙ РОЗВИТОК ЧИ ІЛЮЗІЯ ІННОВАЦІЙ

На численних форумах по всьому світі на сьогодні обговорюють питання розвитку цифрових технологій та основні вектори розвитку компаній у цифрову епоху. Так, на форумі «Тенденції розвитку ринку ІКТ у Китаї» у 2018 році зазначалось, що тенденція до «цифрової трансформації» прискорила, й світ увійшов у цифрову епоху [1]. Серед новітніх технологій суттєве значення для подальшого розвитку бізнесу, на думку експертів, будуть ма-