

КРАУДФАНДИНГ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ

Адаменко І. М.,

здобувач вищої освіти ОС Бакалавр

Полтавський державний аграрний університет

Науковий керівник: Єгорова О. В., к.е.н., доцент

Краудфандинг – це вид зовнішнього залучення коштів підприємством або організацією за рахунок внесків від великої кількості сторонніх осіб, які можуть бути не пов'язані ані з самим проєктом, ані з професійним бізнес-інвестуванням.

З англійської краудфандинг буквально перекладається як «фінансування громадою». Небайдуже коло осіб, яке зацікавлене у розвитку певної концепції, продукту чи зовсім нової ідеї може здійснити пожертвування для реалізації такого проєкту, отримуючи при цьому нефінансову (подарунок, попереднє замовлення продукту) чи фінансову (акції, роялті, повернення коштів із відсотком) винагороду.

Залежно від винагороди, яку отримує інвестор, виділяють чотири типи краудфандингу: з нефінансовою винагородою (rewards-based crowdfunding) – прихильники ідеї жертвують суму коштів в обмін на вироблений продукт (опція замовлення); благодійний краудфандинг (donation-based crowdfunding) – кошти збирають на благодійність; акціонерний краудфандинг (equity crowdfunding) – інвестори вкладають великі суми грошей в компанію в обмін на невелику частку її капіталу; інвестиційний краудфандинг (investment crowdfunding) – кредитори надають позику, розраховуючи на повернення основної суми боргу та відсотків.

Вважається, що цей термін з'явився одночасно з терміном «краудсофтинг» (передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб) у 2006 році, його автором є Джефф Хаун (Jeff Howe). Але, звичайно, фінансування проєктів громадою спостерігалось і раніше. Наприклад, такі пам'ятки архітектури як Статуя Свободи, Храм Христа Спасителя у Москві, Саграда Фамілія у Барселоні та багато інших збудовані за рахунок пожертвувань. Однак масовий характер краудфандинг отримав з появою і розвитком інтернету. Першим прикладом інтернет-краудфандинга є збір коштів на організацію гастрольного туру рок-групи Marillion, на який у 1997 році без участі самої групи її прихильники зібрали 60000\$.

У квітні 2012 року президент США Барак Обама, підписав закон JOBS act (Jumpstart Business Startups Act), який дозволив стартап-компаніям збирати до 1 млн \$ через краудфандинг без подачі документів і реєстрації акцій.

Однією з найвідоміших платформ такого залучення коштів є Kickstarter. Даний сайт фінансує різноманітні проєкти у 13-ти категоріях: мистецтво, комікс, танець, дизайн, мода, фільми і відео, їжа, відеоігри, музика, фотографія, видавництво, технологія, театр. Заснований 28 квітня 2009 року Перрі Ченом, Янсі Стриклером і Чарльзом Адлером, станом на липень 2021 року Kickstarter

«Актуальні питання сучасної економічної науки»: збірник матеріалів
IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (7 грудня 2021 р.)

отримав майже 6 мільярдів доларів від 20 мільйонів прихильників на фінансування 205000 проєктів.

Більшість технологічних гігантів, такі як Apple, Google, Samsung, Facebook (нині Meta) та інших, вже давно витрачають кошти не на технологічні дослідження або нові винаходи, а на маркетинг, пошук і викуп цих винаходів у нещодавно створених компаній.

На жаль, в Україні цей вид залучення коштів розвинений настільки ж слабо, як і фондовий ринок. При нестабільній економічній ситуації в країні і низькому рівні фінансової грамотності населення, більшість боїться вкладати кошти навіть у банківські депозити, не те що у краудфандинг. Але, є й виключення – яскравим прикладом суспільного фінансування є проєкт People Place у Львові. Засновники обіцяли доброчинцям класну локацію у майбутньому. І люди захотіли, щоб такий проєкт з'явився. За два місяці 243 доброчинці допомогли зібрати 174 тис. грн, це навіть більше, ніж просили організатори. [2]

Найпопулярнішими краудфандинговими українськими платформами є «Спільнокошт», «На старті» та «Куб». Перші дві більше спеціалізуються на творчих та соціальних проєктах, а Куб є продуктом ПриватБанку і спрямований на фінансування бізнес-проєктів.

Дуже велика кількість молодих компаній рано чи пізно мають проблеми з фінансами та їх залученням. Банки відмовляються надавати кредит новоствореним організаціям через низьку платоспроможність та фінансову стійкість, випущені акції або облігації не користуються попитом через відсутність довіри з боку покупців цінних паперів, а інші фінансові посередники вимагають великі відсотки або ж інші несприятливі умови. Тут на виручку і приходять краудфандинг, який дозволяє залучити кошти у масштабі планети від безлічі небайдужих інвесторів і, що найголовніше – досить часто на безповоротній основі.

Вищевикладене доводить, що у сфері краудфандингу створюються не тільки малі, вузьконаправлені проєкти. Більшість таких вдалих стартапів набувають свою популярність у масі і виходять на світовий ринок. Тим паче у час, коли у кожній точці світу функціонує швидкий інтернет, який дає змогу всім бажаючим вкласти кошти сьогодні, і отримати фінансову або соціальну винагороду уже завтра.

Список використаних джерел

1. Омельчук Н. Краудфандинг: популярные площадки в Украине и мире. *PaySpace Magazine - PSM7.COM*. URL : <https://psm7.com/analytics/kraudfanding-kak-privlech-investicii-i-realizovat-mechtu.html> (дата звернення 19.10.2021).

2. Краудфандинг: що це таке і як він працює в Україні. *Будуй своє*. URL : <https://buduysvoe.com/publications/kraudfandyng-shcho-ce-take-i-yak-vin-pracyuye-v-ukrayini> (дата звернення 19.10.2021).

3. Пантюхіна Т., Криворот Н. Краудфандинг: сутність, стан та особливості діяльності в Україні. *Businesslaw*. URL : <https://www.businesslaw.org.ua/craundfunding-v-ukraini-t/> (дата звернення 19.10.2021).