

КРАУДФАНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ КАПІТАЛУ

У сучасному світі все більшого значення та популярності набирає такий інноваційний інструмент залучення капіталу, як краудфандинг. В нинішніх умовах – умовах динамічності економіки та розвитку технологій – традиційні методи залучення капіталу часто бувають недостатніми та малоефективними. Тому краудфандинг є надзвичайно актуальним на сьогодні, оскільки він відкриває нові можливості підприємцям та забезпечує впровадження нових проєктів.

Поняття «краудфандинг» походить від англійського – crowd funding, звідки crowd – «натовп», funding – «фінансування». Існує безліч підходів до визначення поняття «краудфандинг» у літературних джерелах, однак ми схилиємося до наступного: краудфандинг – це співпраця, кооперація людей, які добровільно надають фінансову підтримку стартапу, інноваційному проєкту, ідеї або організації [5]. Краудфандинг дозволяє залучати через Інтернет фінансові ресурси великої кількості людей (окремих спільнот, різних груп) для реалізації різноманітних ідей та проєктів (здебільшого стартапів). Послуга, зазвичай, надається через спеціалізовані інтернет-платформи, що допомагають створювати максимально повний опис проєкту або потреби у фінансуванні [1].

Краудфандинг є ефективним механізмом фінансування для інноваційного бізнесу, дозволяючи підприємцям отримувати кошти без банків чи венчурних фондів. Він спрощує процес залучення фінансування, оскільки компанії потрібен лише банківський рахунок. Перевагою є можливість залучити велику кількість інвесторів на вигідних умовах, що дозволяє оцінити зацікавленість суспільства в ідеї [3]. Він сприяє ефективному маркетингу, привертає увагу до продукту, а також забезпечує співпрацю з інвесторами, які можуть стати майбутніми клієнтами. Завдяки низьким фінансовим витратам та відсутності потреби в заставі, краудфандинг є привабливою альтернативою традиційним кредитам [4].

Однак цей метод має і суттєві недоліки: необхідність досягнення фінансової мети у визначений термін, ризики шахрайства, юридичні зобов'язання та загроза розкриття інноваційної ідеї конкурентам. Крім того, процес підготовки до кампанії є трудомістким і потребує ретельної презентації, активного просування та врахування додаткових витрат, таких як комісії та податки [4].

Механізм реалізації проєкту через краудфандинг можна відобразити таким чином (рис. 1):

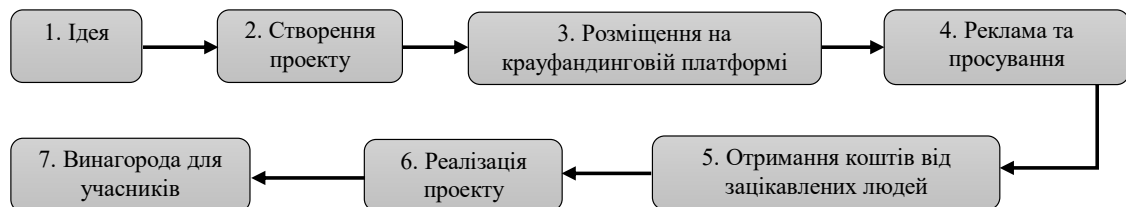


Рис. 1. Механізм роботи краудфандингу

Краудфандинг як економічне явище у світі зародилось на початку XXI ст. Поодинокі «громадські збори» через Інтернет почали проводити з 2000 р. для впровадження музичних проєктів. Сьогодні це є глобальним економічним явищем. Краудфандинг, започаткований у 2009 році з платформою Kickstarter.com, став важливим інструментом залучення капіталу. Останні роки свідчать про швидке зростання краудфандингових платформ і в Західній Європі, попри обмеження, пов'язані з національними правилами та витратами на додаткові послуги. Поступово формування культури краудфандингу відбувається і в Україні. Характерні риси вітчизняного краудфандингу на окремих етапах його розвитку наведені в табл. 1.

Характерні риси вітчизняного краудфандингу на окремих етапах його розвитку*

Критерій	до 2014 р.	2014-2021 рр.	з 2022 р.
Основна мета збору коштів	Культурні, соціальні, освітні, інноваційні проекти, запуск стартапів	Військова / волонтерська підтримка (первинна), інноваційний бізнес, соціальні проекти, винаходи, гаджети, кіно, музика, IT, підтримка незалежних медіа та антикорупційних проектів	Колосальні збори на ЗСУ, волонтерство (домінантні); гуманітарні потреби: підтримка постраждалих, допомога ВПО; оборона країни, відновлення
Цілі проектів бізнес-краудфандингу	Класичний, комерційно-орієнтований бізнес-краудфандинг лише на етапі зародження	Технологічні стартапи: оцінка зацікавленості суспільства в ідеї, додаткова реклама для продукту / підприємства. Соціальне підприємництво	Релокація, відновлення роботи бізнесу, забезпечення гуманітарних потреб, виробництво товарів подвійного призначення (проекти Harstone RS, Solgood Creations). Зменшення кількості комерційних кампаній з винагородами
Домінуюча модель краудфандингу	- з нефінансовою винагородою; - без винагороди	- без винагороди, - з нефінансовою винагородою, - з фінансовою винагородою.	без винагороди для гуманітарних / оборонних потреб та з нефінансовою / фінансовою для бізнес-проектів.
Основні платформи	Поява перших платформ: - Українська Біржа Благодійності (2011 р.) - dobro.ua (з 2020 р.): соціальні, медичні та освітні благодійні проекти. - Спільнокошт (Biggggidea) (2012 р.): мистецькі, культурні та освітні ініціативи. Використання міжнародної платформи Kickstarter: проект iBlazr (мінісалах для смартфонів)	- People's Project (2014 р.): спочатку фокусувалася на допомозі військовим та волонтерам, пізніше розширила діяльність на гуманітарні та соціальні ініціативи. - Na-Starte (2014 р.): стартапи, комерційні та суспільно-соціальні інвестиційні проекти, бізнес-ідеї. - «Мое місто» (2015): створення та реалізація проектів покращення міського середовища міст Одеса, Харків, Дніпро. - GoFndEd (2016 р.): освітні проекти. - КУБ (Країна Успішного Бізнесу): фінансування малого та середнього бізнесу в Україні (часто як кредитування або інвестиційний краудфандинг). - RazomGo (2018 р.): проекти у сфері освіти, дизайну, ігор, мистецтва, спорту та здоров'я. - StartEra (2019): розміщення і просування творчих, соціальних і технологічних проектів. Використання міжнародної платформи Kickstarter: проекти Petcube (інтерактивні відеокамери для домашніх тварин); Ugears (виробництво дерев'яних механічних 3D-пазлів)	Активне використання існуючих платформ та поява нових / зміна фокусу існуючих: - Фонд «Повернись живим»: допомога армії (бронежилети, шоломи, нелетальна зброя, технічні засоби). - UNITED24 (2022 р.) започатковано Президентом України для збору пожертв, які спрямовуються на три ключові напрями: оборона і розмінування, медична допомога та відновлення України. - Work4UA «Працюй на перемогу» (2022 р): підтримка підприємців, які продовжують працювати в умовах війни. - StartEra: соціальні проекти (дрони, ремонт укріплень, центр реабілітації чи музеї науки); стартапи (розробка наземних дронів чи систем знезаражування повітря). - УББ та Biggggidea: програми психосоматичної реабілітації: для допомоги постраждалим від війни, реабілітації військових та підтримки переселенців. - «Мое місто»: оборона м. Одеси; забезпечення потреб військових та волонтерів (тепловізори, коліматори, автомобілі)
Суб'єкти збору (ініціатори)	Індивідуальні підприємці, стартапери, митці та креативники, невеликі громадські організації.	Волонтерські групи, фонди, відомі медійні особи, підприємства малого та середнього бізнесу, винахідники.	Великі національні фонди, громадські організації, волонтерські ініціативи, військові підрозділи, муніципалітети, державні інституції.
Джерела коштів (інвестори)	Переважно українські громадяни (для соціальних ініціатив); діаспора та іноземні донори (для культурних)	Широке коло громадян (потенційних інвесторів), дрібні інвестори, окремі спільноти.	Іноземні та українські громадяни, компанії та організації

*Сформовано автором на основі даних [1; 2; 3; 4; 6; 7; 8; 9]

Як бачимо з табл. 1, сфери поширення краудфандингу досить різноманітні: від суто комерційних структур до культурних, творчих, соціальних та інноваційних, які націлені на розвиток суспільства. Кількість платформ неухильно зростає, сумарні збори українських краудфандинг-сервісів підвищуються з року в рік. Специфіка краудфандингу в Україні кардинально змінилася після ключових історичних моментів – початку російської агресії у 2014 р. та повномасштабного вторгнення у 2022 р. Бізнес-краудфандинг, який розвивався на тлі військового конфлікту, змістив фокус фінансування на відновлення зруйнованого виробництва, волонтерство та оборону. В Україні домінує не класична інвестиційна (equity) чи кредитна (lending) модель краудфандингу, а донорська модель, яка була мотивована спочатку соціальним та культурним розвитком, а потім національною кризою та військовим конфліктом.

В цілому, краудфандинг – це сучасний, гнучкий і доступний спосіб залучення капіталу, який є перспективною альтернативою традиційним фінансовим механізмам, особливо для інноваційних та соціально значущих проектів.

Список використаних джерел

1. Петрушенко Ю.М., Дудкін О.В. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2014. № 1. С. 172-182. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/34343>
2. Теслюк С.А., Матвійчук Н.М., Демчук Н.В. Краудфандинг як сучасний спосіб фінансування: проблеми та перспективи його розвитку в Україні. Економіка та суспільство. 2022. №37. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-16>
3. Васильєв О.В., Матющенко С.С. Краудфандинг - сучасний інструмент фінансування розвитку інтелектуального капіталу. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 18. С. 36-40.
4. Юрчишена Л.В., Бартош А.А., Щербата А.В. Краудфандинг та краудлендінг як альтернативні способи фінансування в Україні. Галицький економічний вісник. 2024. Том 89. № 4. С. 89-98. https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2024.04.089
5. Попович, Д., Назар, Н., & Савчин, Н. (2018). КРАУДФАНДИНГ ЯК НОВІТНІЙ СПОСІБ ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ. Молодий вчений. № 10 (62), С. 873-876. <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/3913>
6. Богдан О. Краудфандингові платформи в Україні: пояснення та приклади. Philanthropy in Ukraine. URL: <https://surli.cc/ejoyuu>
7. Як українські краудфандингові платформи допомагають військовим, волонтерам і не лише їм. Центр демократії та верховенства права. URL: <https://surli.li/oibdvb>
8. Що таке краудфандинг і як він працює. Щедрий вівторок. URL: <https://surli.li/bnlhjp>
9. Подольська В. «Краудфандинг став поширенішим з початку повномасштабного вторгнення, просто більшість не називає це так», - Вікторія Зацнова. Громадський простір. URL: <https://surli.li/quywug>