

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПЛОЩИНИ КРАУДФАНДИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ЗАЛУЧЕННЯ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ

Власюк С. А., канд. екон. наук, доцент, Уманський національний університет садівництва, м. Умань, Черкаська обл., Україна

Для фінансування проєктів, діяльності будь-якого суб'єкту підприємницької діяльності, 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 банків, забезпечуючи нижчу вхідну вартість для роздрібних інвесторів, продемонструвати зацікавленість громади. Краудфандинг може виступити важливим альтернативним методом фінансування, особливо для мікропідприємців, нових підприємств і неприбуткових асоціацій. Перш ніж використовувати краудфандинг, необхідне глибоке розуміння його сутності та функціонування.

Краудфандинг (від англ. crowd funding, crowd – «натовп», funding – «фінансування») або «спільнокошт» – спосіб збору коштів для фінансування проєктів і бізнесу, що дає змогу фандрейзерам отримати гроші від великої кількості людей через онлайн-платформи. Краудфандинг найчастіше використовується стартап-компаніями або зростаючими компаніями як спосіб доступу до альтернативних коштів. Це інноваційний спосіб отримання фінансування для нових проєктів, бізнесу чи ідей. Також може виступати як спосіб розвитку спільноти навколо будь-якої пропозиції. Використовуючи можливості онлайн-спільноти, також можливо отримати як корисну інформацію про ринок, так і отримати доступ до нових клієнтів.

Краудфандингові платформи – це веб-сайти, які забезпечують взаємодію між фандрейзерами та покупцями. Фінансові зобов'язання можна робити та збирати через краудфандингову платформу. Краудфандингові платформи зазвичай стягують плату зі збору коштів, якщо кампанія зі збору коштів була успішною. Натомість очікується, що краудфандингові платформи забезпечуватимуть безпечний і простий у використанні сервіс. Багато платформ працюють за моделлю фінансування «все або нічого», означає, що для досягнення мети, фандрейзер отримує гроші, а якщо ні, всі отримують свої гроші назад – без прикращів і фінансових втрат.

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.

Слід розрізняти дві основні категорії: краудфандинг з нефінансовою віддачею (пожертвування, винагороди та попередні продажі) та краудфандинг з

фінансовою віддачею (крауд-інвестування та крауд-кредитування). Основна відмінність між цими категоріями полягає в отриманні фінансового прибутку, який може запропонувати остання модель, і конкретних інвестиційних ризиках, пов'язаних з провадженням діяльності.

Краудфандинг не є однорідним поняттям, саме тому використовуються різні моделі фінансування (табл. 1).

Таблиця 1 Основні види краудфандингу

Вид	Визначення
Однорангове кредитування	Натовп позичає гроші компанії, розуміючи, що гроші будуть повернуті з відсотками. Це дуже схоже на традиційні позики в банку, за винятком того, що позики беруться у багатьох інвесторів.
Акціонерний краудфандинг	Продаж частки в бізнесі ряду інвесторів в обмін на інвестиції. Ідея схожа на те, як купують або продають звичайні акції на фондовій біржі або венчурному капіталу.
Краудфандинг на основі винагород	Фізичні особи роблять пожертви на проект або бізнес, сподіваючись отримати натомість нефінансову винагороду, таку як товари чи послуги, на пізнішому етапі в обмін на свій внесок.
Краудфандинг на основі пожертв	Фізичні особи жертвують невеликі суми для досягнення більшої мети фінансування певного благодійного проекту, не отримуючи фінансової чи матеріальної віддачі.
Розподіл прибутку / розподілу доходу	Підприємства можуть ділитися майбутніми прибутками чи доходами з натовпом в обмін на фінансування зараз
Краудфандинг боргових цінних паперів	Фізичні особи інвестують у боргові цінні папери, випущені компанією, наприклад в облигації.
Гібридні моделі	Запропонуйте підприємствам можливість комбінувати елементи більш ніж одного типу краудфандингу.

Краудфандинг може запропонувати більше, ніж просто фінансові переваги. Це може дати доступ до великої кількості людей, які можуть бути зацікавлені у проекті чи бізнесі, які також можуть надати цінну інформацію.

Світовий ринок краудфандингу є недостатньо розвиненим у порівнянні з іншими великими світовими економіками. Протягом багатьох років однією з найбільших перешкод, з якими стикаються краудфандингові платформи, які прагнуть пропонувати свої послуги за кордоном – відсутність загальних правил і різні вимоги до ліцензування, що призвело до високої відповідності та операційних витрат та не дозволило краудфандинговим платформам ефективно масштабувати надання своїх послуг.

Краудфандинг став уже традиційним у фінансуванні політичних кампаній у США. Вражаючих результатів у зборі коштів, на основі пожертв, на президентську виборчу кампанію зібрав Барак Обама у 2008 році – 750 млн. дол. США та став президентом США. Слід відмітити, масовість краудфандингу: 80% внесків громадян не перевищували 200 доларів, а кількість

людей, що внесли свій фінансовий вклад у політичне майбутнє Барака Обами перетнуло межу 4 000 000 осіб [1].

У 2012 році, до речі, президент США Обама підписав закон JOBS Act (Jumpstart Our Business Startups Act), який дозволяє стартап-компаніям збирати до \$1 млн. методом краудфандингу, без подання паперів та реєстрацій на продаж акцій, як це робилося раніше. Саме це значно сприяло зростанню кількості стартап проектів в Америці [2].

Отже, незалежно від мети бізнес-проекту, існують краудфандингові платформи всіх розмірів, цілей і напрямів. Є інвестори, які хочуть отримати повернення по своїх кредитах, і є платформи, єдина мета яких – фінансувати творчі проекти або рятувати життя некомерційним організаціям. Варто визначити мету і розпочати дослідження. Варто знайти краудфандингову платформу, яка підходить під мету. Варто зосередитися на одній платформі та єдиній меті та рекламувати свій проект, поки не буде зібрано достатньої суми. Краудфандингові платформи не лише значно спрощують попит на гроші, а й надають інвесторів і спонсорів.

Список використаних джерел:

1. Гуляєва Л. Краудфандинг: колективне фінансування. – URL: <http://www.atomprofspilka.info/public/l33333>

2. Гончаренко А. Краудфандинг, або Історія полтавського муралу. – URL: <https://zmist.pl.ua/blogs/kraudfanding-abo-istoriya-poltavskogo-muralu>

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СВІТОВИХ КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ

*Вовк О.М., док. екон. наук, професор кафедри економіки повітряного транспорту
Смірнова А. С., Панчошна Т. М., студентка, Національний авіаційний університет*

Останній економічний цикл ознаменувався глобальними економічними та суспільними локдаунами, а карантинні обмеження створили масштабний збій в економіці та змусили майже всі бізнеси вчитись працювати у нових, більш складніших реаліях. За цей час деякі бізнеси вимушені були повністю закриватись, а деякі – пристосовуватись до умов віддаленої роботи, освоюючи нові технології та адаптуючи до тотальної цифровізації усіх комунікацій.

Коронавірус та обмеження, пов'язані з ним, нанесли найбільшого удару на підприємства малого та середнього бізнесу. Більшого удару, ніж вони в секторальних масштабах мезоекономічних систем зазнали тільки авіакомпанії та тревел-індустрія. Проте, в першу чергу, саме малий та середній бізнес виступає основою для розвитку економіки майже кожної країни. Велика кількість аналітиків говорять, що економіка країн навряд повернеться до свого