

4. Офіційний сайт НБУ «Результати діяльності Системи BankID НБУ, I, II, III квартал 2021 року». URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/rezultati-diyalnosti-sistemi-bankid-nbu-i,ii,iii-kvartal-2021-roku> (дата звернення: 11.11.21).

УДК 336.012.23:330.34

Гречана Д.В.

Магістрат 5 курсу,

ОПП «Фінансовий менеджмент і контролінг»,

Науковий керівник: Іващенко А.І.

д.е.н., професор кафедри

корпоративних фінансів і контролінгу

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

КРАУДФАНДИНГ-ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ТА КУЛЬТУРНИХ ПРОЕКТІВ МСБ

Для підприємців, некомерційних організацій та інноваційних компаній нагальною є проблема пошуку фінансування для своїх проектів. Краудфандинг стає все популярнішим джерелом залучення коштів. Багато цікавих проектів залишаються нездійсненими через відсутність фінансування. Як відомо, ефективність сучасного бізнесу, як і ефективність економіки країни, насамперед залежить від інновацій. Підприємцям-початківцям нерідко буває складно переконати великих інвесторів і банкірів у потенційній привабливості своєї бізнес-ідеї і отримати від них кошти на її реалізацію.

Більшість краудфандингових проектів в Україні є соціальними або культурними. Взагалі, перший краудфандинговий проект був реалізований наприкінці 2006 року. Серед успішних прикладів соціального краудфандингу в Україні є проект «Таблеточки». В 2009 році в Україні була створена платформа соціальних інновацій «Big Idea» – блог, де люди ділилися своїми ідеями. А вже у

2012 «Велика ідея» запустила на своєму сайті перший в Україні краудфандинговий майданчик «Спільнокошт», який, на даний момент, є найбільш відомим в Україні, орієнтований насамперед на інноваційні культурні та соціальні проєкти, чіє завдання — не отримати оплату за товар або створення контенту, а знайти інвесторів для проєкту, який змінить життя на краще [2].

Найпопулярніші краудфандингові майданчики в Україні — це «Спільнокошт», «На старті» та «Куб» (від ПриватБанку). Перші два майданчики спеціалізуються на культурних та соціальних ініціативах.

Розглянемо характеристику діяльності наступних іноземних платформ: «Ulule» (Франція), «Crowdculture» (Швеція), «Goteo» (Іспанія), «Wemakeit» Швейцарія. З моменту свого заснування у 2010 році «Ulule» допоміг зібрати кошти для понад 4900 творчих, інноваційних чи суспільних проєктів із 67% ймовірністю успіху [1]. «Ulule» став першою платформою, яка давала змогу збирати гроші двома способами: менеджер проєкту міг виставити суму, необхідну для реалізації проєкту, або влаштувати передпродаж товару (послуги). Заслуговує на увагу розгляд краудфандингової платформи «Crowdculture» через наявні методи фінансування. Проєкт може залучати гроші і приватних інвесторів та кошти з державного фонду (частина культурного бюджету країни). Частка державних коштів залежить від кількості голосів, набраних проєктом серед учасників платформи. Ця платформа не тільки для спільного збору коштів на суспільно значущі проєкти, але й для їхньої спільної реалізації [1].

Краудфандиногова платформа «Goteo» в Іспанії також має унікальну методику фінансування у два тури, кожен із яких триває 40 днів. Завдання першого туру — зібрати мінімально потрібну суму для запуску проєкту. Під час другого туру збирають оптимальну суму для удосконалення проєкту. Найбільша платформа Швейцарії для творчої промисловості — «Wemakeit». Дана платформа підтримує некомерційні організації, фінансуючи їхні проєкти та допомагаючи розвивати їхні спільноти. За останні два роки платформа допомогла запустити 550 проєктів на

загальну суму 4 мільйони швейцарських франків [1].

Розглянемо діяльність найбільших майданчиків й у США. Як об'єкт аналізу та порівняння були обрані дві найбільші краудфандингові платформи в США («Indiegogo» та «Kickstarter») та вітчизняний аналог «Спільнокошт» в Таблиці 1[1].

Таблиця 1

Характеристика краудфандингових платформ

Платформи	«Kickstarter»	«Indiegogo»	«Спільнокошт»
<i>Принципи збору</i>	«все або нічого»	«все або нічого», «залишити все»	якщо ідея не збирає 100% фінансування, то всі внески повертаються
<i>Комісія</i>	При успішному фінансуванні проекту 5 %	3 успішних проектів (5%), в випадку недосягнення фінансової цілі (9%) від зібраних коштів	Якщо проекту вдалося зібрати повну суму, то комісія за використання сервісу становить 10%
<i>Максимальна тривалість проекту</i>	60 днів	60 днів	залежить від проекту та складності
<i>Спеціальні вимоги</i>	наявність робочого прототипу; обов'язкова перевірка матеріалів проекту командою (до 3 днів)	відсутні формальні вимоги; автоматична перевірка проектів	відсутні формальні вимоги

Завдяки інноваційним характеристикам краудфандинг має всі підстави стати в найближчому майбутньому повноцінним гравцем на ринку фінансових ресурсів, потіснивши в конкурентній боротьбі банки та інших фінансових

посередників. Проблеми розвитку краудфандингу в Україні полягають у наступному:

- ❖ складності управління ризиками масових непрофесійних інвесторів через їхню низьку інвестиційну та технологічну грамотність;
- ❖ невідпрацьованих на поточний момент бізнес-моделей розвитку краудфандингових платформ у світі (рання стадія розвитку ринку) та відповідно процедур роботи з інвесторами та проектами;
- ❖ ризик розкриття та крадіжки інформації, пов'язаної з інтелектуальною власністю для авторів проектів;
- ❖ ризик шахрайства для інвесторів загалом з боку претендентів на інвестиції;
- ❖ відсутність культури колективних приватних інвестицій, що обмежує розвиток краудфандингу як масового спрямування інвестицій у цілому.

З метою розвитку краудфандингу в Україні необхідно:

- ❖ сформувати нормативно-правові акти у сфері краудфандингу;
- ❖ надати особливого статусу організаціям, які є «власниками» краудфандингових платформ;
- ❖ створити механізми мінімізації ризиків для непрофесійних інвесторів;
- ❖ стимулювати прихід на ринок різних типів приватних інвесторів (за рахунок податкових пільг та інших інструментів) тощо.

Список використаних джерел:

- 1) «Краудфандинг-платформ для фінансування культурних ініціатив» [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <https://www.culturepartnership.eu/article/10-crowdfunding-platforms>.
- 2) Петрушенко Ю.М., Дудкін О.В Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку Маркетинг і менеджмент інновацій, 2014, ст.174-182.