

УДК 336.774

Ступак О.С.,

*студентка 3 курсу, факультету фінансів,
спеціалізація – банківська справа,*

Циганова Н.В.,

*к. е. н., доцент кафедри банківської справи,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

Перспективи розвитку краудфандингу в Україні

Сьогодні для України притаманні або нестача інвестиційних ресурсів, або складність залучення таких ресурсів, або ж закритий доступ до фінансування малого та середнього бізнесу. Проте не може бути країна економічно розвиненою, якщо в ній не розвивається підприємництво. Оскільки в Україні є проблеми із залученням коштів на фінансування підприємницької діяльності, виникає потреба у розробці різноманітних проектів заради створення нових форм інвестування, які й виведуть країну на новий щабель розвитку. Однією із форм інвестування, яка може стати реальною альтернативою вирішення цих проблемних питань, є краудфандинг.

Краудфандинг походить від англійських слів *crowd* та *funding* і означає форму інвестування, за якої непрофесійні інвестори у тісній співпраці об'єднують свої кошти або інші ресурси, зазвичай через Інтернет, щоб підтримати цікаві та корисні для суспільства проекти у найрізноманітніших сферах. Для залучення великої кількості людей створюються спеціальні сайти, які мають назву краудфандингові платформи. Як правило, на таких сайтах зазначається сума, яка необхідна для фінансування, термін залучення коштів, а також прикріплюються документи, фотографії та посилання на відео-ідеї. Після цього збираються кошти спонсорів, які після втілення проекту в життя нагороджені нематеріальними подарунками. В Україні існує дуже багато невеликих компаній, які хочуть розвиватися, але не мають

відповідної фінансової підтримки, тому і виникає потреба у краудфандингу [4].

В Україні існують успішні приклади фінансування проектів за рахунок краудфандингу, але у порівнянні з тенденціями розвинених країн ця цифра незначна. Загалом краудфандинг є досить вдалим механізмом фінансування для інноваційного бізнесу, оскільки підприємцю не потрібно звертатися за допомогою до банків чи до біржі. Крім того, банки не завжди можуть надати саме ту грошову суму, яка потрібна, а завдяки краудфандингу можна залучити кошти величезної кількості людей [1].

У залежності від винагороди для учасників розрізняють такі види краудфандингу: із відсутністю винагороди – передбачає фінансування проектів на добровільній основі; із нефінансовою винагородою – передбачає надання нефінансової винагороди у відповідь на підтримку проекту; із фінансовою винагородою (передусім краудінвестинг) – передбачає фінансову винагороду та містить три форми краудфандингу: модель роялті, народне кредитування та акціонерний краудфандинг.

Краудфандинг є одним із найефективніших інноваційних способів фінансування проектів. Якщо порівнювати з державними організаціями, то перед ними краудфандинг має такі переваги, як чітко визначений термін збору коштів, прозорість інформації та відповідальність перед користувачами. Ще однією перевагою є спрощений механізм прийняття рішень щодо фінансування проекту, оскільки не передбачена велика кількість посередників. Крім того, краудфандинг відрізняється масовим залученням інвесторів, спираючись на спільні соціальні інтереси [3].

Серед можливих варіантів інвестування в Україні краудфандинг є більш доступним для пересічних громадян, про це свідчить можливість вкладати маленькі суми та простота процесу вкладення. В Україні ресурсів достатньо лише для задоволення незначних потреб малого бізнесу та населення, проте, щоб реалізувати високотехнологічний проект, потрібно звертатися до європейських та американських краудфандингових компаній.

Українські користувачі певним чином обмежені у виборі регіону світу для збору коштів через те, що в Україні більшість компаній працюють лише з підприємцями із Західної Європи, Північної Америки та Австралії. І лише дві компанії ("Kickstarter" та "Indiegogo") працюють з користувачами майже з усіх країн світу. Крім того, слід враховувати культурні особливості зарубіжної аудиторії, адже вони подекуди відрізняються від українських. Проте на зарубіжних платформах суми коштів, що збираються проектами значно більші [2].

Підсумовуючи вище зазначене, ми дійшли висновку, що краудфандинг є кращим варіантом для залучення коштів у фінансування стартапів. У сучасних умовах найефективніші методи фінансування інновацій пов'язані передусім із середовищем їх функціонування, яким є сучасний Інтернет-простір. Завдяки інноваційним характеристикам краудфандинг має всі підстави стати в найближчому майбутньому конкурентним продуктом на ринку фінансових ресурсів, посунувши традиційні банківські послуги.

Проте неможливо не погодитися з тим, що в Україні існують певні бар'єри для його використання: відсутність законодавчого забезпечення, невирішені питання з оподаткування, недостатність засобів захисту інтелектуальної власності, шахрайство; низький рівень довіри тощо. Наявність таких проблем вимагає якнайшвидшого їх дослідження та усунення.

Список використаних джерел:

1. Васильчук І. Краудфандинг і краудінвестинг як фінансові інвестиції / І. Васильчук // Ринок цінних паперів України. - 2013. - №11-12. - С. 59-67.
2. Макарович В.К. Краудфандинг: механизм привлечения необходимых ресурсов / В.К. Макарович, В.О. Огородник // Научный диспут: вопросы экономики и финансов: сб. тезисов II Межд. научно-практ. конф. Киев — Будапешт — Вена, 31 марта 2015 г. / Финансово-экономический научный совет, 2015. — 73 с.

3. Огородник В.О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної / В.О. Огородник//Науковий вісник Ужгородського університету. — 2014. — № 3 (44). — С.103—105.
4. Петрушенко Ю.М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю.М. Петрушенко, О.В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2014. - № 1. - С. 172-182.

УДК005.591.43:061.5

Суворова Н.О.,

студентка 4 курсу, фінансово-економічного факультету

Одеський національний економічний університет

Франчайзинг як система інноваційного розвитку бізнесу

Франчайзинг – це один із способів міжнародної кооперації по збуту товарів та послуг достатньо відомої фірми (франчайзера), через спеціально створену за її участю збутову організацію (франчайзі), завдяки праву використання франчайзі товарного знаку і ноу-хау франчайзера. У сучасних умовах розвитку світової економіки понад 80 розвинених країн мають франчайзингові відносини. Найширшою популярністю вони користуються в США, Канаді, Західній Європі, Японії та країнах Карибського і Тихоокеанського басейнів. Наприклад, у США третина обігу роздрібною торгівлі - це франчайзинг, особливо актуальний у сферах малого і середнього бізнесу. В Австралії і Бразилії приріст франчайзингового бізнесу складає 10-15% в рік. Сьогодні бізнес і економіка європейських країн зазнають стагнацію, при цьому бізнес на основі франчайзингу зростає на 10% щорічно [1; 2].

Підтвердженням того, що франчайзинг став ефективним способом ведення бізнесу є велика кількість іноземних досліджень. Так, Міжнародна асоціація франчайзингу стверджує, що середня рентабельність інвестицій за перші десять років роботи для незалежних підприємств становить близько