

**Л. Л. КУЦ,**к. е. н, доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій  
Тернопільський національний економічний університет

## **АСПЕКТИ ВИБОРУ КРАУДФАНДИНГОВОЇ ПЛАТФОРМИ РОЗРОБНИКАМИ ТА ІНВЕСТОРАМИ ПРОЄКТІВ**

Краудфандинг є інновацією у сфері фінансування бізнесу. Його особливими характеристиками порівняно з традиційними способами залучення капіталу є першочергова роль інтернет-ресурсу та кількість вкладників. Популярність його в світі зростає, що засвідчують стрімкі темпи росту як числа краудфандингових платформ, так і обсягу залучених за їх посередництвом коштів та кількості успішно реалізованих проєктів. Отож, краудфандингові платформи сприяють стрімким змінам у сфері інноваційних можливостей для акумулювання необхідних фінансових ресурсів, також і для інвесторів щодо вкладень у перспективні сфери бізнесу.

Перші професійні інтернет-платформи почали з'являтися з 2009 р., а за 5 років (у 2014р.) їх було вже 1250. У 2015 р. сума залучених через краудфандинг коштів перевищила 34 млрд. дол. [5]. За даними Світового банку до 2025р. залучення через краудфандинг коштів досягне 96 мільярдів доларів [3].

Вихід на лідируючі позиції з 2014 р. такої з категорій краудфандингу як „бізнес і підприємництво” засвідчує зростання активності використання краудфандингових платформ бізнес-структурами для фінансування своїх проєктів. Популярними й найрозвинутішими у світі платформами, які підтримують категорії „інновації”/ „підприємництво”/ „малий бізнес”/ „інноваційний бізнес”, є такі, як Kickstarter (США), Crowdfunder (США), Quirkly (США), Peerbeckers (США), OurGrowd (Ізраїль), Ulule (Франція), Growdcube (СК), Companisto (Німеччина) й ін. Вітчизняні краудфандингові платформи почали з'являтися з 2012р. („Спільнокошт”, пізніше Na-Starte, X-Ideas, Українська біржа благодійності, GoFundEd).

Краудфандингові платформи фактично є посередниками між ініціаторами проєктів та їх донорами чи інвесторами, вони багатозадачні й дозволяють одночасно вирішувати багато проблем як для підприємців, так і для осіб, які фінансують проєкти.

Для прийняття більш виважених рішень інвесторами та засновниками проєктів слід знати переваги і недоліки платформ. Так, проведений аналіз джерел [2; 6; 7] дав змогу систематизувати для інвесторів такі переваги: економія часу для пошуку проєктів; легкість вибору категорії цікавих для них проєктів; можливість перерахунку коштів на рахунок проєкту; надання необхідної інформації про проєкти, що спрощує процес вибору; можливість

застосування різних моделей фінансування і видів винагород для інвесторів і донорів проекту; публічність і прозорість інвестування в конкретні проекти. Для засновників проектів переваги є такі: тестування інноваційної ідеї; не потрібно шукати інвесторів, інвестори самі шукають цікавий проект; простота взаємодії з потенційними інвесторами через краудфандингову платформу в режимі он-лайн; зменшення ролі фінансових посередників; незалежність від банківського кредитування; відкладені фінансові зобов'язання, адже основні витрати з обслуговування залученого капіталу виникають після отримання фінансування і реалізації проекту; можливість напряму спостерігати попит на продукцію чи послуги бізнесу; реклама товару/ послуги до його офіційного виходу на ринок; демонстрація товару зацікавленій аудиторії. З недоліків краудфандингових платформ для інвесторів слід виділити, що колективне інвестиційне фінансування може стати сприятливим ґрунтом для зловживань (є випадки виведення коштів), а для засновників проектів недоліками є: можливість усунення дійсно вартих уваги проектів і залишення їх без фінансування, якщо іншим вдалося грамотніше подати свою ідею; труднощі з розрахунком обсягів інвестування в бізнес-проект й прибутків від реалізації продукту.

Вибираючи краудфандингову платформу, розробникам проекту в першу чергу слід звернути увагу на модель і тип, за якими вона працює, адже від цього залежатиме подальший вибір системи винагород і чи будуть переведені кошти автору проекту у випадку, якщо фінансову ціль не досягнуто. Важливим для аналізу є й те, наскільки платформа популярна в Інтернет-просторі й на які проекти націлена, оскільки від цього залежатиме, якого характеру й обсягу аудиторія буде переглядати проект на платформі. Іншим вагомим критерієм вибору платформи є її монетизація – який відсоток від зібраної суми складе комісія й збір платіжної системи [1]. Рівень плати за розміщення проекту на краудфандинговій платформі України складає 8-10%, за кордоном – 3-5%. [2].

Автору проекту слід оговорити з краудфандинговою платформою умову отримання коштів. Також аналізують такі характеристики платформ: обсяг фінансування, залученого платформою; кількість і відсоток успішних угод; відвідуваність платформи; використовувана модель краудфандингу (вид краудфандингу); спосіб фінансування (гнучкий чи фіксований); розмір плати з ініціатора проекту, котру знімає платформа; відповідність вимогам, які пред'являє платформа до своїх учасників [1; 4].

Розглянуті аспекти краудфандингових платформ носять методично-інформативний характер для ініціаторів та інвесторів проекту й сприятимуть організації процесу краудфандингу на практиці.

### **Література**

1. Некрасова Т. П., Шумейко Е. В. Экономическая оценка краудфандинга как метода привлечения инвестиций *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки*. 2017. Т.10, № 5. С. 114-124.

2. Отливанская Г. А. Перспективы и возможности применения краудфандинга в инвестиционной деятельности предприятий Украины. *Проблеми економіки*. 2017. No2. С. 276–281.
3. Офіційний сайт Світового банку. URL: <http://blogs.worldbank.org/psd/crowdfunding-development-recommendations-vs-reality>
4. Ястремська Н. М. Особливості реалізації проектів краудфандингу в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2017. №2 (21). URL: [http://elibrary.donnuet.edu.ua/216/1/Yastremska\\_article\\_06\\_2017.pdf](http://elibrary.donnuet.edu.ua/216/1/Yastremska_article_06_2017.pdf) (дата звернення 18.10.2018).
5. 2015CF – Crowdfunding Industry Report. URL: <http://www.crowdsourcing.org/editorial/global-crowdfunding-market-to-reach-344b-in-2015-predicts-massolutions-2015cf-industry-report/45376> (дата звернення 17.10.2018).
6. Hervé F. et al. Investor Motivations in Investment-Based Crowdfunding. Available at SSRN 2746398, 2016.
7. Schvienbacher A. Entrepreneurial Risk-Taking in Crowdfunding Campaigns. Available at SSRN 2506355, 2014.