

Секція: Економічна теорія та історія економічної думки

Поливняний Андрій Анатолійович

аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства

Київського національного торговельно-економічного університету

м. Київ, Україна

СУТНІСТЬ КРАУДФАНДИНГУ ТА ЙОГО РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ПОЗИКОВОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки головною перешкодою для створення бізнесу виступає недостатність капіталу. Власних джерел фінансування не вистачає для запровадження підприємницької діяльності, а традиційні джерела залучення капіталу обмежені та не завжди доступні. Щоб покрити дефіцит капіталу необхідними грошовими ресурсами важливо знаходити та впроваджувати сучасні способи залучення. Розвиток інформаційних технологій створює нові форми фінансових відносин, таких як краудфандинг. Важливою перевагою такого способу залучення капіталу є відносно простий пошук зацікавлених осіб у фінансуванні ідей, що не визивають інтерес у традиційних джерел залучення ресурсів. Тому дослідження сутності краудфандингу та його ролі у забезпеченні позикового капіталу підприємств для стимулювання розвитку підприємств набуває актуального значення.

Краудфандинг (англ. crowdfunding, crowd — «громада», funding — «фінансування») - це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, як правило через інтернет, аби підтримати зусилля інших людей або організацій. Вважається, що термін краудфандинг з'явився одночасно з терміном краудсорсінг в 2006 році, а його автором є Джефф Хау [2]. Особи, які надають фінансову допомогу називаються донорами, а її отримувач – реципієнтом. Для початку

збирання коштів повинна бути задекларована мета, визначена сума її досягнення, а обчислення усіх витрат і способів фінансування мають бути відкриті у вільному доступі. Першим випадком краудфандингу була громадська інтернет-компанія збору коштів, яку організували шанувальники британської музичної групи Marillion для фінансування їх туру на території США у 1997 році. Вже у 2002 році в США був заснований перший краудфандинговий сайт для музики ArtistShare [1]. Слідом за ним з'явилися інші сайти, у тому числі направлені на підтримку кіноіндустрії. Після вдалих втілень в області некомерційних культурних і соціальних проєктів краудфандинг набрав поширення у сфері фінансування стартапів та локальних бізнесів. За кордоном каталізатором розвитку краудфандингу стала криза 2008-2009 років, а в Україні – події 2014-2016 років. Сьогодні краудфандинг виступає глобальним соціально-економічним явищем, яке надає фінансову можливість для створення стартапів та реалізації інноваційних проєктів в усьому світі за допомогою краудфандингових інтернет-платформ.

Платформи отримують певний відсоток від зібраної суми коштів у разі успішного закінчення збору. Соціальні медіа відіграють вагомую роль у розвитку і просуванні краудфандингу. Якщо проєкт не набирає достатнього рівня фінансування у вказаний термін, то всі грошові надходження повертаються донорам. Також існують платформи, на яких гроші відправляються авторам проєкту незалежно від успішності збору. Таким чином, вони мають можливість дофінансувати проєкт з інших джерел. Треба відзначити, що краудфандинг має широкий діапазон підходів залежно від поставленої мети збору та обраним способом винагороди для донорів. Краудфандингові платформи можуть розрізнятися напрямками збору (музика, кіно, програмне забезпечення, гаджети тощо) та функціоналом вибору винагороди донорів за підтримку проєкту. За способами винагороди краудфандинг можна розділити на такі типи:

- 1) Без винагороди – благодійні пожертви на основі альтруїзму без зобов’язань для отримувача та направлені на фінансування соціальних проектів. В якості зворотної дії може виступати вдячність у вигляді згадки ім’я донора. До 2012 року цей напрям був домінуючим в рамках всього краудфандингу.
- 2) Нефінансова винагорода – за підтримку проекту донор отримує готовий продукт або будь-які інші заохочення залежно від креативності виробника (сувенір, автограф, запрошення, відео тощо). У даному підході отримання продукту фактично являється оплаченим передзамовленням, а донори краудфандінга стають першими споживачами результату колективного фінансування. Часто вони отримують такий товар з ексклюзивною знижкою. Найчастіше донори сприймають це в якості інтернет-магазину з відстрочкою доставки. Такий підхід найпоширеніший за кількістю серед інтернет-платформ краудфандингу. Kickstarter являється найуспішнішою платформою, яка працює за принципом нефінансової винагороди та пропонує модель попередніх замовлень. З моменту запуску в 2009 році платформа на кінець 2018 року платформа нараховує більше \$4 мільярдів вкладень у 425 тис. проектів [3].
- 3) Фінансова винагорода (краудінвестинг). Краудінвестинг – це самостійний різновид краудфандингу, що характеризується фінансовою винагородою донора, який у даному випадку виступає кредитором або інвестором. Краудінвестинг використовується для залучення власного (акціонерного) та позикового капіталу. Цей тип краудфандингу агрегує кошти непрофесійних інвесторів та позичальників. Відмінною рисою краудінвестинга від краудфандингу є особиста фінансова зацікавленість залучених

власників капіталу, тобто підвищується мотивація підтримки проекту. Виділяють декілька форм краудінвестингу:

- а) Роялті – інвестор отримує винагороду у вигляді частки (проценту) доходу чи прибутку від продаж готового продукту. При цьому виробник також може заохочувати інвестора нефінансовою винагородою. Цей підхід активно практикується у напрямку фінансування музики, розробки ігор та фільмів. Роялті дозволяє зберегти елемент співучасті інвестора та фінансово мотивує підтримати реалізацію ідеї проекту.
- б) Громадське кредитування. Таку форму колективного кредитування зазвичай називають краудлендінгом. Краудлендінг являється альтернативою кредитно-фінансовим установам та мікрофінансовим організаціям. Він дозволяє отримувати кредитні займи фізичним та юридичним особам за допомогою інтернет-сервісів в обхід традиційних джерел кредитування і виключно від фізичних осіб. Договір укладається з сервісом за певний відсоток від суми наданих кредитів. Ключовою характеристикою даної форми краудінвестинга є наявність графіка зворотних виплат і точного терміну повернення кредиторам позиченого капіталу. Як основну перевагу для кредиторів виділяють вищі ставки і можливість надання позики в дуже широкому спектрі галузей. Для позичальника краудлендінг виступає простим способом для отримання кредиту та більш вигідним, у порівнянні з процентними ставками на мікrokредити. Громадське кредитування існує не лише у вигляді колективного кредитування, а й у вигляді P2P (від особи до особи) кредитування. У цьому випадку позичальник

спілкується не з знеособленою масою фізичних осіб, а з безпосереднім кредитором.

- в) Акціонерний краудфандинг - являє собою найбільш передову форму краудінвестингу, де в якості винагороди інвестор отримує частину власності, акції підприємства, дивіденди або право голосування на загальних зборах акціонерів. Даний підхід є одночасно найбільш обговорюваним і суперечливим, тому що зачіпає організаційно-правову форму підприємства та пов'язаний з підвищеним ризиком для інвесторів. Основною перешкодою розширення ринку акціонерного краудфандингу є законодавчі обмеження, що допускають на платформи лише акредитованих інвесторів. Ключова відмінність акціонерного краудфандингу полягає в тому, що інвестори отримують частку в акціонерному капіталі підприємства, а з ним і ризик втрати вкладень. При цьому розмір можливого доходу не є зафіксованим, як це відбувається у громадському кредитуванні (краудлендінгу).

Отже, краудфандинг має досить багатогранну сутність та вміщує в собі різні сучасні фінансові форми фінансових відносин. Для проведення наукового дослідження цього явища доречно буде визначити яку роль займає краудфандинг у забезпеченні позикового капіталу та саме які його форми являються джерелами для залучення позикового капіталу. Краудфандинг без винагороди для донорів не являється джерелом позикового капіталу. У цьому випадку фінансування не набуває комерційного характеру і у підприємства не виникає зобов'язань перед донорами.

Інша ситуація виникає з нефінансовим типом винагороди за підтримку проекту. Адже, якщо винагорода донорів полягає у вигляді передзамовлення готової продукції, то фактично у підприємства виникає

кредиторська заборгованість за товари, роботи та послуги. Такий вид фінансування дійсно можна віднести до джерел позикового капіталу. З цієї точки зору змінюються й традиційні характеристики сутності позикового капіталу. Підприємство набуває зобов'язання перед позичальником, по-перше термін погашення якого не є передбаченим, а по-друге позичальник не отримує фінансової вигоди. Тобто краудфандинг надає можливість підприємству розпочати розробку та реалізацію продукту за кошти майбутніх споживачів. При цьому запущена краудфандингова компанія дозволяє заочно перевірити попит та сприяє створенню попиту на інноваційний продукт у суспільстві. Мінімальними вкладеннями тут будуть власні інвестиції у представлення проекту на краудфандинговій інтернет-платформі. Всі інші витрати на розробку та підтримку продукту можна закласти в суму збору.

Враховуючи, що фінансова винагорода позичальника є однією з традиційних характеристик позикового капіталу, краудфінвестинг також можна віднести до джерел позикового капіталу, але тільки деякі його форми. У випадку з роялті, до позикового капіталу належить лише частина «передзамовлень», якщо виробник додатково заохочує інвестора таким способом. Зокрема, краудлендінг найбільш підходить під традиційне визначення, як джерела для залучення позикового капіталу. Різниця лише у тому, що кредитування є колективним та здійснюється фізичними особами через інтернет-сервіс, а не фінансово-кредитною установою. Акціонерний краудфандинг відноситься до власного капіталу, так як винагородою за інвестиції виступає частка прав власності (акції).

Традиційні джерела залучення капіталу відносяться до краудфандингу з певною обережністю, тому що бачать в ньому конкурента фінансово-кредитного ринку. Проте, для них краудфандинг може виступати корисним інструментом. З його допомогою вони можуть відслідковувати інноваційні ідеї та використовувати «мудрість натовпу»

для оцінки потенційного успіху того чи іншого проекту з метою створення його подібного або інвестування в нього традиційними способами.

Дослідження краудфандингу, як джерела залучення капіталу підприємства, може істотно вплинути на сучасне розуміння поняття позиковий капітал. Для економічного зростання країн важливого значення набуває удосконалення та впровадження нормативно-правових актів, що регулюватимуть фінансові відносини краудфандингу, а також стимулюватимуть вклади фізичних осіб в українські стартапи, соціальні та бізнес проекти тощо.

Література

1. Санін М. К. История развития краудфандинга. Классификация видов. Анализ перспектив развития и преимуществ / М. К. Санін // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2015. – № 4. – С. 57–63.
2. Хау Джефф. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 288 с.
3. Kickstarter Stats [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://www.kickstarter.com/help/stats>