

7. The official website of the Astana Bank [Electronic resource] www.bankastana.kz, URL: <https://www.bankastana.kz/en/about/otchet/financial-statements>, (access date: 03/03/2018).
8. The official website of the Kazakhstan Stock Exchange [Electronic resource] www.kase.kz, URL: <http://kase.kz/en/shares>, (circulation date 28.02.2018).
9. Shares of a foreign issuer on the Moscow Stock Exchange. [Electronic resource] www.moex.ru, URL: <https://www.moex.com/ru/issue.aspx?Board=TQBR&code=ABBN> (circulation date 28/02/2018).
10. The official website of the National Bank of the Republic of Kazakhstan, [Electronic resource]: www.nationalbank.kz, URL: <http://www.nationalbank.kz/?docid=1058&switch=russian>, (access date 23.02.2018).
11. The official website of the company Freedom Finance, [Electronic resource] www.ffin.kz, URL: <https://ffin.kz/about>, (circulation date 28.02.2018).
12. Press release of the Astana Bank on the results of IPO. [Electronic resource]: www.kase.kz, URL: <http://kase.kz/en/news/show/1340865/>, (access date 01/03/2018).
13. Press release of the Astana Bank on the results of SPO. [Electronic resource]: www.kase.kz, URL: http://kase.kz/files/emitters/ABBN/abbn_reliz_141217_1.pdf, (Access date 15.02.2018).
14. Modern financial markets: Monograph for undergraduates V.V. Ivanova ed., St.Petersburg: Prospekt, 2014, 486 p.
15. Stock market, Course for beginners. Reuters series for financiers, 3rd edition, Alpina Publisher, 2011, 281 p.
16. IPO from I to O: A Handbook for Financial Directors and Investment Analysts / A. Lukashov, A. Mogin, - 2nd ed., Amendments and additions. - Moscow: Alpina Business Books, 2008, 366 p.
17. Handbook of research on IPO, edited by M. Levis, S. Vismara, Edward Elgar Publishing Limited, 2013
18. Initial Public Offerings (IPO): An international Perspective of IPO's, Elsevier, 2011, 464p.
19. Ph. Espinasse, IPO: A Global Guide, 2-d edition, Hong Kong University press, 2014, 408 p.
20. R. Geddes, IPO's and equity offerings, Elsevier, 2003, 272 p.
21. Road map for an IPO. Roadmap for an IPO: A guide to going public: [electronic resource]: www.pwc.ru, URL: <http://www.pwc.ru/ru/capital-market> (access date 15.02.2018).

ДАНИ ПРО АВТОРА

Нічкасова Юлія Олегівна, докторант факультету економіки Євразійського Національного університету ім. Л.Н. Гумільова, м. Астана, Казахстан.
e-mail: yunichka10@gmail.com

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Ничкасова Юлия Олеговна, докторант факультета экономики Евразийского Национального университета им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан.
e-mail: yunichka10@gmail.com

AUTHOR'S DATA

Nichkassova Yuliya, Ph.D student, Faculty of Economics, L.N. Gumilev Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.
e-mail: yunichka10@gmail.com,

УДК 338.42

DOI: 10.5281/zenodo.1220709

**КРАУДФАНДИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА МОДЕЛЬ
ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЙ ТА ПРОЕКТІВ**

**Різник В.В.,
Різник Н.А.**

Предметом дослідження є краудфандинг як альтернативна модель залучення фінансування для реалізації бізнес-ідей та проектів на основі використання краудфандингових інтернет-платформ.

Мета статті полягає у з'ясуванні можливостей краудфандингу як нового фінансового інструменту та перспективного джерела фінансування.

Завдання дослідження – розглянути краудфандинг як альтернативну модель фінансування бізнес-ідей та проектів, здійснити аналіз основних видів та моделей краудфандингу, розкрити особливості різних краудфандингових платформ та оцінити перспективи розвитку краудфандингу.

Методи дослідження. У процесі дослідження були застосовані такі загальні та конкретні наукові методи дослідження: системний підхід, методи логічного узагальнення та порівняння, наукової абстракції, методи синтезу, логічного узагальнення та аналогій.

Методологічну базу дослідження склали наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених та провідних фахівців, аналітичні матеріали з проблеми дослідження.

Результати роботи. Розкрито сутність краудфандингу та з'ясовано можливості краудфандингу для залучення фінансування бізнес-ідей та проектів. Проведено аналіз основних видів та моделей краудфандингу. Визначено особливості вітчизняних і закордонних краудфандингових платформ та здійснено оцінку подальших перспектив розвитку краудфандингу.

Галузь застосування результатів. Отримані результати дослідження можуть бути використані авторами бізнес-ідей та проектів з метою розгляду можливостей залучення альтернативного фінансування для їх реалізації.

Висновки. Краудфандинг є перспективною та водночас непростою моделлю залучення фінансування, оскільки вимагає від авторів бізнес-ідей та проектів значних зусиль у політиці прозорості, комунікації, планування та виконання на всіх стадіях проведення краудфандингової кампанії та після її завершення. Краудфандинг допомагає хорошим ідеям, які не відповідають формам традиційного сприйняття фінансистів, пробитися й отримати гроші завдяки колективній мудрості спільноти, яка своїми посильними фінансовими внесками долучається до творення бізнесу та переконує власника бізнес-ідеї та суспільство в її перспективності. При цьому суттєвим недоліком краудфандингу є те, що для залучення підтримки спільноти бізнес-ідея чи проект повинні бути повною мірою розкриті, внаслідок чого вони стають вразливими до перехоплення конкурентами.

Розвиток краудфандингу в Україні має свої особливості, що обумовлені нестачею інформації про українські краудфандингові платформи та недостатнім рівнем довіри українського суспільства до краудфандингу. Не останню роль в даній ситуації відіграє і низький рівень доходів більшості українців, які або не готові до пожертви коштів взагалі, або їх пожертви є незначними, що призводить до тривалого терміну збору фінансів для реалізації бізнес-ідей та проектів. Незважаючи на вищезазначене, вважаємо, що в умовах глобалізації, стрімкого розвитку інтернет-середовища, інформаційних технологій, соціальних мереж та нових форм фінансування заснованих на громадській участі, краудфандинг вже у найближчому майбутньому займе лідируючі позиції на ринку залучення фінансових ресурсів для реалізацію авторських ідей і проектів.

Ключові слова: фінансування, колективне фінансування, краудфандинг, краудфандингові платформи, бізнес-ідеї, бізнес-проекти.

КРАУДФАНДИНГ КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ ФИНАНСИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ИДЕЙ И ПРОЕКТОВ

Резник В.В.,
Резник Н.А.

Предметом исследования является краудфандинг как альтернативная модель привлечения финансирования для реализации бизнес-идей и проектов на основе использования краудфандинговых интернет-платформ.

Цель статьи состоит в выяснении возможностей краудфандинг как нового финансового инструмента и перспективного источника финансирования.

Задача исследования - рассмотреть краудфандинг как альтернативную модель финансирования бизнес-идей и проектов, провести анализ основных видов и моделей краудфандинга, раскрыть особенности различных краудфандинговых платформ и оценить перспективы развития краудфандинг.

Методы исследования. В процессе исследования были применены такие общие и конкретные научные методы исследования: системный подход, методы логического обобщения и сравнения, научной абстракции, методы синтеза, логического обобщения и аналогий.

Методологическую базу исследования составили научные труды отечественных и зарубежных ученых и ведущих специалистов, аналитические материалы по проблеме исследования.

Результаты работы. Раскрыта сущность краудфандинг и выяснено возможности краудфандинг для привлечения финансирования бизнес-идей и проектов. Проведен анализ основных видов и моделей краудфандинга. Определены особенности отечественных и зарубежных краудфандинговых платформ и осуществлена оценка дальнейших перспектив развития краудфандинга.

Область применения результатов. Полученные результаты исследования могут быть использованы авторами бизнес-идей и проектов с целью рассмотрения возможностей привлечения альтернативного финансирования для их реализации.

Выводы. Краудфандинг является перспективной и одновременно непростой моделью привлечения финансирования, поскольку требует от авторов бизнес-идей и проектов значительных усилий в политике прозрачности, коммуникации, планирования и выполнения на всех стадиях проведения краудфандинговой кампании и после ее завершения. Краудфандинг помогает хорошим идеям, которые не соответствуют формам традиционного восприятия финансистов, пробиться и получить деньги благодаря коллективной мудрости сообщества, которое своими посильными финансовыми взносами приобщается к созданию бизнеса и убеждает владельца бизнес-идеи и общество в ее перспективности. При этом существенным недостатком краудфандингу является то, что для

привлечения поддержки сообщества бизнес-идея или проект должны быть полностью раскрыты, в результате чего они становятся уязвимыми к перехвату конкурентами.

Развитие краудфандинг в Украине имеет свои особенности, обусловленные недостатком информации об украинских краудфандинговых платформы и недостаточным уровнем доверия украинского общества к краудфандингу. Не последнюю роль в данной ситуации играет и низкий уровень доходов большинства украинцев, которые либо не готовы к пожертвованию средств вообще, или их пожертвования незначительны, что приводит к длительному сроку сбора финансов для реализации бизнес-идей и проектов. Несмотря на вышесказанное, считаем, что в условиях глобализации, стремительного развития интернет-среды, информационных технологий, социальных сетей и новых форм финансирования основанных на общественном участии, краудфандинг уже в ближайшем будущем займет лидирующие позиции на рынке привлечения финансовых ресурсов для реализации авторских идей и проектов.

Ключевые слова: финансирование, коллективное финансирование, краудфандинг, краудфандинг платформы, бизнес-идеи, бизнес-проекты.

CRAUDFUNDING AS A PERSPECTIVE MODEL OF FINANCING BUSINESS IDEAS AND PROJECTS

Riznyk V.V.,
Riznyk N.A.

The subject of research is crowdfunding as an alternative model of attracting financing for the implementation business ideas and projects based on the use of crowdfunding Internet platforms.

The purpose of the article is to clarify the possibilities of crowdfunding as a new financial instrument and a promising source of funding.

The aim of the article is to consider crowdfunding as an alternative model for financing author's business ideas and projects, to analyze the main types and models of crowdfunding, to reveal the features of various crowd-framing platforms and to assess the prospects for the development of crowdfunding.

Research methods. In the process of research, such general and specific scientific methods of investigation were used: a systematic approach, methods of logical generalization and comparison, scientific abstraction, methods of synthesis, logical generalization and analogies.

The methodological base of the research was made by scientific works of domestic and foreign scientists and leading specialists, analytical materials on the research problem.

Results of the work. The essence of crowdfunding is revealed and the possibility of crowdfanding is revealed to attract financing of business ideas and projects. The analysis of the main types and models of croweding is carried out. The peculiarities of domestic and foreign crowdfunding platforms are determined and the further prospects of the development of crowdfunding are evaluated.

Practical implications. The results of the research can be used by the authors of business ideas and projects to consider the possibilities of attracting alternative financing for their implementation.

Conclusions. Crowdfunding is a promising and at the same time a difficult model for attracting financing, as it requires significant efforts from the authors of business ideas and projects in the policy of transparency, communication, planning and implementation at all stages of the crowd campaign and after its completion. Crowdfunding helps good ideas that do not correspond to the forms of traditional perception of financiers, get through and get money thanks to the collective wisdom of the community, which by its feasible financial contributions is attached to the creation of business and convinces the owner of the business idea and society in its prospects. At the same time, a significant drawback to crowdfunding is that to attract community support, a business idea or project should be fully disclosed, as a result they become vulnerable to interception by competitors.

Development crowdfunding in Ukraine has its own characteristics, due to a lack of information about the Ukrainian crowdfunding platform and the lack of confidence of the Ukrainian society in crowdfunding. Not the least role in this situation played by the low level of Ukrainians majority income, who either are not ready to donate funds in general, or their donations are insignificant, which leads to a long period of fundraising for the implementation of business ideas and projects. Despite the foregoing, we believe that in the context of globalization, the rapid development of the Internet environment, information technologies, social networks and new forms of funding based on public participation, crowdfunding will already in the near future take the leading position in the market for attracting financial resources for the implementation of author's ideas and projects .

Keywords: *financing, collective financing, crowdfunding, crowdfunding platforms, business ideas, business projects.*

Постановка проблеми. В умовах становлення постіндустріальної економіки, пошук альтернативних джерел фінансування для реалізації авторських ідей та проектів набуває особливої актуальності. Одним з таких альтернативних джерел фінансування є краудфандинг, який має ряд переваг перед традиційними методами фінансування проектів та спроможний вирішити низку проблеми.

Сьогодні за схемою краудфандингу в усьому світі фінансують винаходи й бізнес, творчі та благодійні проекти і навіть передвиборчі кампанії президентів. До того ж, за прогнозом Світового банку, до 2025-го щорічні вкладення в краудфандинг зростуть до \$93 млрд. [2].

Нажаль, незважаючи на світове визнання дієвості краудфандингу як перспективної моделі залучення фінансування для реалізації ідей і проектів, його розвиток в Україні значно відстає. Проте, варто відзначити, що даний вид фінансування різного виду проектів за останні роки набирає популярності і в Україні, оскільки досить часто він є чи не єдиним способом для талановитих авторів зібрати необхідні кошти для фінансування своїх ідей та проектів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблему краудфандингу як феномену постіндустріальної економіки досліджували такі зарубіжні та вітчизняні вчені: І.Васильчук, О. Длугопольський, О.Дусь, Т.Климко, О.Кулініч, А.Кутузова, Н.Меджибовська, Е.Моллік, В.Огородник, Г.Отливанська, Ю. Петрушенко, В.Поліщук, М.Праздников, В.Прокоп, М.Санін та ін.

Зокрема, І. Васильчук досліджував краудфандинг як прояв ринку альтернативного (соціального) фінансування. В. Поліщук та В. Прокоп досліджували зарубіжний досвід краудфандингового фінансування проектів. М.Санін визначив етапи розвитку краудфандингу та запропонував його класифікацію. О. Длугопольський аналізував суспільний сектор економіки та публічні фінанси в епоху глобальних трансформацій. Е. Моллік розкрив тенденції поширення колективного фінансування. А. Фоменко зробив огляд умов розвитку краудфандингу в частині фінансування некомерційних проектів в Україні.

Водночас вивчення наукової літератури свідчить, що питання з'ясування можливостей краудфандингу як нового фінансового інструменту та перспективного джерела фінансування і на сьогодні залишається актуальним, та потребує подальших досліджень.

Метою написання статті є з'ясування можливостей краудфандингу як нового фінансового інструменту та перспективного джерела фінансування бізнес-ідей та проектів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Краудфандинг – це залучення коштів на реалізацію проекту від багатьох фізичних осіб (англ. «crowd» – юрба, «funding» – фінансування). Проекти можуть бути культурні, соціальні, комерційні, політичні, креативні та особисті. Збори здійснюються через Інтернет за допомогою краудфандингових платформ. Акціонери (спонсори) можуть одержати за пожертвування нефінансову винагороду (подяку, сувенір, передзамовлення продукту тощо) або фінансову (роялті, акції та ін.) [5, с.87].

Як зазначає М.Праздников, навіть найбільш талановитому підприємцю і автору революційної бізнес-ідеї, для її реалізації все одно потрібні гроші, які, на сьогодні, досить важко знайти. І тут на допомогу може прийти краудфандинг. Це спосіб фінансування нових проектів, при якому джерелом коштів виступають самі люди. Цю схему ще називають peer-to-peer - від учасника до учасника. Зазвичай автор ідеї виставляє її опис і якусь візуалізацію на спеціалізованому сайті. Зі світових майданчиків можна виділити Kickstarter, IndieGoGo та інші [7].

Для початку збирання коштів обов'язково повинна бути задекларована мета, визначена ціна її досягнення, а обчислення усіх витрат і способів фінансування мають бути відкриті для громади у вільному доступі.

Як правило, збір коштів відбувається серед інтернет-користувачів на спеціальних web-сайтах (краудфандингових платформах). Спонсорам передбачено нематеріальну винагороду у вигляді готового продукту чи інших подарунків, які безпосередньо стосуються проекту. Відповідальність за реалізацію проекту закріплюють за ініціатором юридично [2].

Г. Отливанська виділяє такі основні види краудфандингу: краудфандинг, заснований на безоплатному даруванні (Donation based crowdfunding); краудфандинг, заснований на винагороді (Reward-based crowdfunding); краудфандинг, заснований на кредитуванні (Lending-based crowdfunding); краудфандинг, заснований на отриманні частки бізнесу (Equity-based crowdfunding). Авторка зазначає, що як окремий вид виділяють також краудфандинг, заснований на використанні моделі роялті (Royalty-based crowdfunding), яка передбачає майбутнє розподіл доходу або прибутку від реалізації проекту між інвесторами та його засновником; гібридні моделі краудфандингу (Hybrid based crowdfunding), які передбачають комбінування різних видів краудфандингу в одній моделі фінансування [6, с.277].

Найбільш поширеними сьогодні є дві моделі збору грошей: «усе або нічого» та «гнучке фінансування». У першому випадку автор або збирає 100% суми, або гроші повертають спонсорам. У другому – скільки збереш, стільки й забирай. Другий варіант здається прийнятнішим для авторів проектів, але перший викликає значно більше довіри у спонсорів [2].

Є цілий ряд великих і приголомшливих стартапів, які спочатку вирости саме завдяки краудфандингу. Загалом, на сьогоднішній день вже більше 130 проектів зуміли зібрати від 1 мільйона доларів за допомогою краудфандингу. Не залишаються осторонь і українські підприємці. За перші 8 місяців 2017 року, українські стартапи на світових краудфандингових майданчиках зібрили близько 1,9 мільйонів доларів. Мова йде про 35 проектів, з яких 27 вийшли на Kickstarter. З усіх українських стартапів, 83% зібрили необхідні кошти в рамках цілей компаній. [7].

Три найуспішніших українських проекти на Kickstarter: Jollylook, екологічна фотокамера для миттєвих знімків. Їй вдалося зібрати 377 тисяч доларів замість 15 тисяч, заявлених спочатку. Senstone - модний кулон для перетворення голосових заміток в текст. Сумарно проект підняв 370 тисяч доларів. UGEARS Hurdy-Gurdy - унікальні механічні музичні моделі. Проекту вдалося зібрати понад 290 тисяч доларів. Краудфандинг - відмінний спосіб фінансування як благодійних та культурних проектів, так і дуже сміливих стартапів. А, знаючи, скільки в Україні живе розумних людей і розумних інженерів - краудфандинг здатний дати життя багатьом гаражним винаходів [7].

Цікавою є точка зору А.Кутузової - PR менеджера української краудфандингової платформи Na-Starte, яка зазначає, що в Україні конкуренції в краудфандингу найближчі роки 10 не передбачається та вважає, що ситуація буде такою доти, доки даний спосіб фінансування не отримає офіційний статус і не увійде в підручники економіки.

У своїй публікації в журналі «Forbs Україна» А.Кутузова зазначає, що «краудфандинг працює тільки у випадку, якщо докласти до реалізації проекту максимум зусиль. Як і в будь-якій іншій сфері. Тому, якщо наважитися, працювати та розвиватися – обов'язково досягнете успіху» [2].

На наш погляд, цікавою є також точка зору Олеси Дусь, котра зазначає, що розвиток краудфандингу в Україні і в світі - це два абсолютно різних процеси. Суть одна - умови відрізняються. Головну проблему вона вбачає в тому, що більшість наших співгромадян поки що бояться брати участь в «народному» фінансуванні проектів. Причина криється не у відсутності грошей або стабільності в країні. В основному страх і недовіра до авторів ідей виникають через нестачу інформації [1].

Г.Отливанська вважає, що краудфандинг в Україні знаходиться на стадії становлення. Авторка зазначає, що існує безліч внутрішніх факторів та характерних особливостей краудфандингу, які сьогодні перешкоджають його бурхливому розвитку в нашій країні, а нечисленні вітчизняні краудфандингові платформи орієнтовані на вирішення соціальних завдань, але при цьому потенціал краудінвестингу залишається нереалізованим [6, с.280].

Сьогодні у світі є різні класифікації моделей краудфандингу. Ми дотримуємося точки зору Е.Молліка, який виокремлює базові моделі краудфандингу. Першою є модель філантропії, при якій спонсори виступають у ролі благодійників, які не очікують прямого повернення від своїх внесків. У більшій частині такі ініціативи спрямовані на реалізацію гуманітарних, соціально-орієнтованих цілей або здійснення проектів в галузі мистецтва.

Другою є модель кредитування, коли кошти надаються у вигляді кредиту з очікуванням певної норми прибутку. У разі мікрокредитування кредитор може бути більше зацікавлений в отриманні соціальної користі від кредитованого заходу, ніж у поверненні суми кредиту з відсотками. В даному випадку також наявні елементи моделі філантропії.

Третя модель передбачає отримання нагороди за підтримку проекту не в грошовій формі. Зокрема, це може бути участь в розробці продукту, зустріч з авторами проекту, згадка у публікації, фільмі тощо. З іншого боку, дана модель може розглядати спонсорів як перших клієнтів, надаючи їм доступ до продукції, виробленої в ході проекту, на ранній стадії, за найкращою ціною, або з якими-небудь іншими спеціальними винагородами. Переважне право продажу своїм спонсорам є спільною рисою таких краудфандингових проектів. Часто такі проекти стосуються розробки нового програмного забезпечення, технічних новинок і/або споживчих товарів. Також проекти краудфандингу можуть розглядати спонсорів в якості інвесторів та надавати їм пакети акцій чи аналогічні документи в обмін на надане фінансування [3, с.21].

Окремо варто відзначити цікаву та нетрадиційну точку зору В. Огородник, яка вважає, що «традиційні фінансово-інвестиційні інструменти вичерпали свій потенціал» і піднімає питання про необхідність «відкриття державної краудфандингової платформи для модернізації національної фінансово-інвестиційної системи та реновації української економіки» [4, с. 103] та вважає, що дана платформа повинна працювати «на бюджетній основі» [4, с. 105].

Розглянемо ключові особливості краудфандингових платформ в Україні та за кордоном, які узагальнені в методичних рекомендаціях для органів влади та недержавних організацій «Основи грантрайтингу та управління проектами в публічній сфері» [5]:

Kickstarter (<https://www.kickstarter.com>) є найбільш масштабною у світі краудфандинговою платформою. Заснована у 2009 році. Для залучення фінансування на ній можуть розміщати свої задуми представники будь-якої країни світу. Але для проходження авторизації на Kickstarter і здійснення прийому платежів потрібний статус місцевого резидента (наявність юридичної особи в США або місцевого партнера).

Той, хто прагне отримати фінансування, повинен зареєструватися і розмістити опис проекту на Kickstarter в одну з 15 категорій: мистецтво, fun-проекти, ремесло (вироби), танці, музика, театр, дизайн, мода, кіно та відео, їжа, ігри, журналістика, фотографія, видавництво та технології.

Існують і обмеження: ви не можете збирати гроші на благодійність, на створення веб-сайтів, косметичні продукти, устаткування електронного спостереження, окуляри, зброю, медичні препарати, продукти здоров'я, безпеки та особистої гігієни, продукти рекламного типу. Проекти не можуть пропонувати фінансову, медичну консультацію або поради в галузі здоров'я.

Власнику проекту необхідно вказати строк і мінімальну кількість коштів, які необхідно зібрати.

Якщо проект не зібрав потрібну кількість коштів за визначений термін, то гроші вертаються пожертвувачам. Kickstarter має комісію у 5% від суми залучень, а ще 5% при роботі з ним іде на користь платіжної системи Amazon Payments.

Indiegogo (<https://www.indiegogo.com>) – друга світова краудфандингова платформа, заснована у 2008 році. На ній не існує обмежень за типом проектів. Вони можуть бути як технологічними, розважальними, освітніми, так і просто благодійними. На відміну від Kickstarter, на цій платформі немає географічних обмежень зі створення кампанії й фінансування. Потрібно лише мати легальний рахунок у банку.

Перевага платформи не тільки в більш широкому географічному охопленні, але й у можливості гнучкого фінансування (якщо опублікований проект не набирає в строк заданої суми, сервіс бере комісію 9%, якщо

ФІНАНСИ, ГРОШОВИЙ ОБІГ ТА КРЕДИТ

набирає – то лише 4%). Нещодавно з'явилася опція «нескінченний краудфандинг» (коли не називаються строки закриття кампанії).

Joby (<https://www.ioby.org>) – досить молодий краудфандинговий веб-сервіс, заснований у 2011 році та присвячений проектам у галузі екології. На жаль, даний ресурс в основному орієнтований на американську аудиторію.

Sponsume (<http://www.sponsume.com>) – британський краудфандинговий сервіс, розрахований на інтернаціональну аудиторію. Проект на цьому майданчику може опублікувати будь-який автор, який має рахунок PayPal. Для успішних проектів комісія становить усього 4%, для неуспішних – 9%.

Sponsume пропонує 24 категорії, у яких можна опублікувати проекти для збору коштів. Відмінною рисою платформи є те, що пожертвування можна залишати у різній валюті: американських, австралійських, канадських, сингапурських доларах, фунтах, євро, польських злотих, шведських кронах, швейцарських франках (усього понад 20 різних типів валюти).

RocketHub (<http://www.rockethub.com>) можна назвати аналогом Kickstarter. Він був запущений у 2009 році та порівняний з ним за універсальністю проектів, що публікуються. З іншого боку, RocketHub не працює за принципом «усе або нічого». Таким чином, навіть якщо необхідна сума не набралася, автор ідеї однаково може отримати гроші. Комісія сервісу становить 4%.

Для збору коштів на соціальні та благодійні проекти рекомендуємо звернути увагу на такі платформи: Youcaring (<https://www.youcaring.com>) – найбільша платформа для збору коштів для особистих і благодійних цілей.

Запущена в 2010 році, Gofundme (<https://www.gofundme.com>) є однією з найбільших у світі соціальних платформ для фандрайзингу. Потрібно наявність рахунку в PayPal. Комісія – 5%.

Giveforward (<https://pages.giveforward.com/>). Як і на Kickstarter, для розміщення проекту на цій платформі потрібно бути громадянином США. Комісія платформи – 5%.

Платформа Crowdrise (<https://www.crowdrise.com/>), створена у 2010 році, присвячена винятково благодійності. Комісія платформи – 5%.

Fundrazr (<https://fundrazr.com>) може бути використаний у будь-якій країні з можливістю відправляти та отримувати платежі через PayPal, і в 25 валютах по усьому світу. Ресурс спеціалізується на підтримці проектів недержавних організацій.

Для тих, хто прагне застосувати краудфандинг для фінансування свого проекту, корисними можуть виявитися й такі ресурси, як Fundable (<http://www.fundable.com>), Crowdcube (<https://www.crowdcube.com>), Seedrs (<https://www.seedrs.com>) тощо.

Певні проекти можуть успішніше отримати підтримку на східноєвропейських платформах. У Польщі це, у першу чергу, такі кращі майданчики як Polakpotrafi (<https://polakpotrafi.pl>), WspieramKulture (<http://wspieramkulture.pl>) і Wspieram.to (<https://wspieram.to>) [5, С.90].

Першим в Україні майданчиком колективного фінансування став Спільнокошт (<https://biggggidea.com>), створений у 2012 р. на базі платформи соціальних інновацій «Big Idea».

У лютому 2013 р. була створена друга українська платформа Na-Starte (<http://na-starte.com>). [5, с.91].

За твердженням Г.Отливанської, нечисленні вітчизняні краудфандингові платформи «Спільнокошт», «Na-Starte», GoFundEd не отримали достатній розвиток і орієнтовані в основному на соціальні, культурні і благодійні проекти [6, с.279]. Однак, з огляду на можливості, які відкриває застосування краудфандингу, такі як: реалізація проекту, що не має коштів на фінансування; допомога в просуванні проекту через засоби масової інформації; здатність централізувати й оптимізувати зусилля по збору коштів; зростання довіри інвесторів, лояльності споживачів, іміджу підприємства; можливість оплати за користування фінансовими ресурсами після надходження позитивних грошових потоків від реалізації проекту, в найближчому майбутньому краудфандингові угоди можуть стати одним з основних інструментів фінансування інноваційних рішень інвестиційної діяльності українських підприємств [6, с.280].

Висновки. Краудфандинг є перспективною та водночас непростою моделлю залучення фінансування, оскільки вимагає від авторів бізнес-ідей та проектів значних зусиль у політиці прозорості, комунікації, планування та виконання на всіх стадіях проведення краудфандингової кампанії та після її завершення. Краудфандинг допомагає хорошим ідеям, які не відповідають формам традиційного сприйняття фінансистів, пробитися й отримати гроші завдяки колективній мудрості спільноти, яка своїми посильними фінансовими внесками долучається до творення бізнесу та переконує власника бізнес-ідеї та суспільство в її перспективності. При цьому суттєвим недоліком краудфандингу є те, що для залучення підтримки спільноти бізнес-ідея чи проект повинні бути повною мірою розкриті, внаслідок чого вони стають вразливими до перехоплення конкурентами.

Розвиток краудфандингу в Україні має свої особливості, що обумовлені нестачею інформації про українські краудфандингові платформи та недостатнім рівнем довіри українського суспільства до краудфандингу. Не останню роль в даній ситуації відіграє і низький рівень доходів більшості українців, які або не готові до пожертви коштів взагалі, або їх вклади є незначними, що призводить до тривалого терміну збору фінансів для реалізації бізнес-ідей та проектів. Незважаючи на існуючі проблеми, вважаємо, що в умовах глобалізації, стрімкого розвитку інтернет-середовища, інформаційних технологій, соціальних мереж та нових форм фінансування заснованих на громадській участі, краудфандинг вже у найближчі роки займе лідируючі позиції на ринку залучення фінансових ресурсів для реалізацію авторських ідей і проектів.

Список використаних джерел

1. Дусь О. Особливості національного краудфандингу [Електронний ресурс] / Олеся Дусь. – Режим доступу: <http://open.knbs.ua/ua/articles/op-manage/18683/osoblivosti-nacionalnogo-crowdfundinga>
2. Кутузова А. Як реалізувати проект за допомогою краудфандингу? [Електронний ресурс] / Анастасія Кутузова. – Режим доступу: http://forbes.net.ua/ua/explain/startup_and_business/1371647-yak-realizuvati-proekt-za-dopomogoyu-crowdfundingu
3. Меджибовська Н.С. Краудфандинг для малого бізнесу: міф чи реальність? / Меджибовська Н.С. // Науковий журнал «Економіка «України». – 2016. – №10(659). – С. 20-34
4. Огородник В. О. Краудфандинг як інноваційний інструмент національної фінансово-інвестиційної системи / В. О. Огородник // Наук. вісн. Ужгород. ун-ту. – Сер. : «Економіка». – 2014. – № 3 (44). – С. 103–105
5. Основи грантрайтингу та управління проектами в публічній сфері : метод. рек. для органів влади та недерж. орг-цій / Авт. кол.: В.В. Белявцева, А.І. Гнатенко, О.С. Зінченко та ін. ; за заг. ред. О.В. Кулініча. – Харків : Золоті сторінки, 2017. – 148 с.
6. Отливанська Г.А. Перспективи та можливості застосування краудфандингу в інвестиційній діяльності підприємств України / Отливанська Г.А. // Проблеми економіки. – № 2, 2017. – С. 276-281.
7. Праздников М. Зачем краудфандинг украинскому бизнесу [Электронный ресурс] / Максим Праздников – Режим доступа: <https://www.unian.net/society/2194131-zachem-crowdfunding-ukrainskomu-biznesu.html>

References

1. Dus O. Osoblyvosti natsionalnogo kraudfandyngu [Features of national crowdfunding] : <http://open.knbs.ua/ua/articles/op-manage/18683/osoblivosti-nacionalnogo-crowdfundinga>.
2. Kutuzova A. Yak realizuvaty proekt za dopomohoiu kraudfandyngu? [How to implement a project with the help of crowdfunding?] : http://forbes.net.ua/ua/explain/startup_and_business/1371647-yak-realizuvati-proekt-za-dopomogoyu-crowdfundingu.
3. Medzhybovska N.S. Kraudfandyng dlia maloho biznesu: mif chy realnist? [Crowdfunding for small businesses: Myth or Reality?] // Naukovyi zhurnal «Ekonomika «Ukrainy». – 2016. – №10(659). – S.20-34.
4. Ohorodnyk V.O. Kraudfandyng yak innovatsiinyi instrument natsionalnoi finansovo-investytsiinoi systemy [Crowdfunding as an innovative tool for national financial and investment system] // Nauk. visn. Uzhhorod. un-tu. – Ser. : «Ekonomika». – 2014. – №3 (44). – S. 103–105.
5. Osnovy hrantraitynhu ta upravlinnia proektamy v publichnii sferi : metod. rek. dlia orhaniv vlady ta nederzh. orh-tsii [Fundamentals of grant management and project management in the public sphere] / Avt. kol.: V.V. Beliavtseva, A.I. Hnatenko, O.S. Zinchenko ta in. ; za zah. red. O.V. Kulynycha. – Kharkiv : Zoloti storinky, 2017. – 148 s.
6. Otylvanska H.A. Perspektyvy ta mozhlyvosti zastosuvannia kraudfandyngu v investytsiinii diialnosti pidpriemstv Ukrainy [The prospects and possibilities of application of crowdfunding in the investment activity of the enterprises of Ukraine] // Problemy ekonomiky. – № 2, 2017. – S. 276-281.
7. Prazdnikov M. Zachem kraudfandyng ukrainskomu biznesu [Why Ukrainian business need crowdfunding] : <https://www.unian.net/society/2194131-zachem-crowdfunding-ukrainskomu-biznesu.html>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Різник В'ячеслав Володимирович – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри професійної освіти,
Різник Надія Анатоліївна – старший викладач кафедри професійної освіти
 ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди».
 вул. Миру 4, кв. 28, м. Переяслав-Хмельницький, 08400 Україна

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Резник Вячеслав Владимирович – кандидат педагогических наук, доцент кафедры профессионального образования,

Резник Надежда Анатольевна – старший преподаватель кафедры профессионального образования
 ГВУЗ «Переяслав-Хмельницкий ГПУ имени Григория Сковороды».
 ул. Мира 4, кв. 28 м. Переяслав-Хмельницкий, 08400 Украина

INFORMATION ABOUT AUTHORS

Vyacheslav Riznyk - PhD, Assistant Professor of Vocational Education

Nadiya Riznyk - Senior Lecturer of Vocational Education

SHEE «Pereiaslav-Khmelnytskyi SPU named Gryhoriy Skovoroda»

Str. Myru 4, r. 28, Pereiaslav-Khmelnytskyi, Ukraine 08400