

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КРАУДФАНДИНГУ В УКРАЇНІ

ДВНЗ «Мелітопольський промислово-економічний коледж»

Активізація інноваційної діяльності підприємств в умовах ринкової економіки пов'язана передусім з пошуком джерел і форм інвестування, які мають забезпечити баланс між інноваційними витратами та фінансовими можливостями. Фінансування інноваційної діяльності визначає успіх чи невдачу програм і проектів. Здатність інноватора акумулювати достатньо коштів для реалізації інноваційних задумів впливає на швидкість виведення стартапу на ринок, а отже — на його комерційний успіх.

Краудфандинг (спільнокошт, від англ. Crowd funding, crowd — «натовп», funding — «фінансування») — це колективна співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило, через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій. Фінансування за схемою краудфандингу може виконувати різні функції — допомога постраждалим від стихійних лих, підтримка з боку вболівальників чи фанатів, підтримка політичних кампаній, фінансування стартап-компаній та малого бізнесу, створення вільного програмного забезпечення і багато ін. Для стартування збору коштів обов'язково повинна бути задекларована мета, визначена ціна її досягнення, а обрахунок усіх витрат і процес збору мають бути відкриті для публіки у вільному доступі. Краудфандинг зазвичай розглядають як окремий випадок краудсорсингу. За усією своєю багаторічною історією краудфандинг є відносно новим методом фінансування проектів за допомогою Інтернету. Після вдалих втілень у сфері некомерційних культурних і соціальних проектів краудфандинг набирає свою силу і у сфері фінансування стартапів. Соціальні медіа грають не останню роль в розвитку і просуванні краудфандингу. Facebook, Вконтакте, Twitter, спеціалізовані сайти є найважливішими інструментами для обміну інформацією щодо краудфандингових проектів і сприяють перетворенню соціального капіталу в капітал фінансовий. Тепер можна отримати фінансування без участі банків, венчурних капіталістів або біржі. Процес став набагато простіший, прозоріший і демократичніший. Слід сказати, що традиційні посередники відносяться до краудфандингу з деякою обережністю, тому що бачать в ньому потенційну загрозу. Проте і для них краудфандинг у своєму роді корисний інструмент. Адже з його допомогою вони можуть відстежувати інноваційні ідеї і використати «мудрість натовпу» для оцінки потенційного успіху того або іншого проекту з метою створення його клону або інвестування в нього традиційними способами.

Краудфандинг активно розвивається упродовж приблизно п'яти років. Одними з перших гравців на цьому полі вважаються американські портали LendingClub.com і Prosper.com, які були створені в 2006 і 2007 рр. Темпи зростання ринку краудфандингу насправді вражають. За 2012 рік було зібрано \$2,7 млрд., перевищивши при цьому на 81 % показники 2011 року. Краудінвестингові платформи розкидані по всьому світу, і з кожним днем їх стає все більше. Найбільш масштабний американський сервіс Kickstarter сформував новий принцип інвестування. Щомісячно Kickstarter б'є рекорди зібраних сум на творчі проекти: останній — \$10 мільйонів на один проект. Разом із соціальними і некомерційними завданнями Краудфандинг має потенціал стати альтернативною формою фінансування бізнес-проектів на ранній стадії. Ключовими перевагами і цілями краудфандингу є: демократизація процесу підтримки мистецтва і культури, а також генерування додаткового доходу для індустрії розваг; підтримка інноваційних рішень і стартапів, що, у тому числі, дозволить традиційним посередникам знаходити успішних і талановитих людей; створення прозорого та ефективного механізму для народного фінансування проектів.