

УДК 336.648

Стенура В.В.кандидат економічних наук, доцент,
Східноукраїнський національний університет імені В. Даля**Stepura Viktor**

Volodymyr Dahl East Ukrainian national University

СУТНІСТЬ ТА ПЕРЕВАГИ КРАУДФАНДИНГУ ЯК ЗОВНІШНЬОГО ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТІВ

У статті надається теоретичне обґрунтування сутності краудфандингу як економічної категорії. Визначено об'єкт та суб'єкти краудфандингу, сформовано притаманні йому функції та принципи. У статті пропонується підхід до класифікації видів краудфандингу залежно від мети проекту, від способу збору коштів та від мотивації вкладників, що дає змогу комплексно підійти до дослідження процесу краудфандингу. У роботі охарактеризовано та покроково розкрито процес краудфандингу. У статті пропонуються поетапні методологічні рекомендації щодо організації та реалізації проекту краудфандингу. Також вказуються вимоги та обмеження, які встановлюються для проектів краудфандингу. Процес описано в універсальному вигляді, що підходить для фінансування будь-яких проектів. Наведено список переваг краудфандингу порівняно з традиційними джерелами фінансування проектів. Сформовано висновки та надано прогноз розвитку ринку краудфандингу.

Ключові слова: краудфандинг, зовнішнє фінансування, проект, краудфандингова платформа, інвестиції.

Постановка проблеми. В останні роки через значні фінансові та політичні ризики підприємствам малого та середнього бізнесу було важко отримати доступні джерела фінансування нових проектів. Здебільшого вони зводилися до самофінансування, кредитування та венчурного інвестування. Проте із значним розвитком ІТ-технологій у сфері комунікацій підприємства отримали нову форму фінансування – краудфандинг. За допомогою цього інструменту підприємства можуть отримати значну фінансову гнучкість та доступ до приватних і інституційних інвесторів зі всього світу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Через те, що краудфандинг для нашого ринку – відносно нова сфера фінансової діяльності, наукові дослідження вітчизняних учених мають досить несистемний характер. Окремими питаннями функціонування краудфандингу займалися С.В. Волосович, А.В. Василенко [1], Н.С. Меджибовська [2], А.І. Івашенко, Є.А. Поліщук, О.М. Диба [3]. Результати основних наукових досліджень у цій галузі нині належать зарубіжним вченим, таким як Дж. Хау [4], А. Швейнбачер, В. Ларралде [5], С. Бредфорд [6], М. Вітінс [7], М. Герчак, У. Бретшнейдер,

Ф. Хаас, І. Блох, Я. Леймейстер [8], А. Орданіні, Л. Міселі, М. Пізетті, А. Парасураман [9] та інші.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування сутності краудфандингу як економічної категорії та джерела зовнішнього фінансування. Формування загальної класифікації та принципів організації процесу краудфандингу. Надання поетапної характеристики процесу краудфандингу в узагальненому вигляді.

Виклад основного матеріалу. Дослівно краудфандинг означає «фінансування натовпом» (crowd – натовп, funding – фінансування). У своїй праці А. Швейнбачер і Б. Ларралде наводять таке визначення краудфандингу: «відкритий заклик, здебільшого через Інтернет, для надання фінансових ресурсів або у вигляді пожертвування, або в обмін на певну форму винагороди та/або права голосу для підтримки конкретних ініціатив та цілей» [5]. Стівен Бредфорд визначає краудфандинг як «використання Інтернету для залучення грошей через невеликі внески великої кількості інвесторів» [6]. А. Орданіні під краудфандингом розуміє «колективні зусилля людей, які об'єднують свої гроші разом, зазвичай через Інтернет, для того, щоб інвестувати та підтримувати зусилля інших людей або організацій» [9]. Серед вітчизняних учених С.В. Волосович та А.В. Василенко вважають, що краудфандинг варто розглядати як «інструмент фінансування проектів шляхом відкритого заклику на основі матеріальної чи моральної зацікавленості потенційних спонсорів» [1]. Н.С. Меджибовська краудфандингом називає «добровільну колективну співпрацю людей, спрямовану на фінансування зусиль інших людей або організацій (краудфандингових проектів), які представлені в Інтернеті на спеціалізованих сайтах (краудфандингових платформах), що є посередниками та організаторами їх взаємодії» [2]. Провівши аналіз зарубіжних та вітчизняних наукових праць, можна зробити висновок, що краудфандинг – це процес фінансування широким колом осіб конкретного проекту на основі відкритого заклику.

Об'єктом краудфандингу виступає процес впливу на людей з метою спонукання їх до участі в фінансуванні проекту та формування у них певних очікувань, інтересу чи потреб від реалізації проекту. Предметом краудфандингу є фінансові взаємовідносини між учасниками проекту з приводу його реалізації.

До суб'єктів краудфандингу можна віднести коло осіб, що вступають у фінансові взаємовідносини з приводу реалізації проекту. По-перше, це автор проекту (краудфандер, реципієнт капіталу) – особа, що просить фінансування і є його кінцевим одержувачем. По-друге, це потенційні вкладники (жертводавці, інвестори, спонсори) – здійснюють вкладення грошових коштів. По-третє, це краудфандингова платформа, що виступає посередником, поєднуючи краудфандера і потенційного вкладника в місці, де здійснюється збір коштів для реалізації проекту.

Виходячи з сутності краудфандингу, йому притаманні такі основні функції: економічні та соціальні. До економічних функцій відносяться:

– маркетингова – дозволяє визначити цільову аудиторію проекту та перевірити потенційний попит чи зазубуваність проекту;

– виробнича – в процесі реалізації проекту створюються нові товари та послуги, а опосередкованим чином і робочі місця;

– ціноутворююча – краудфандер отримує можливість порівняти очікувану ціну реалізації проекту з ринковою та зробити висновок чи правильно він оцінив свій проект;

– інноваційна – в процесі краудфандингу реалізуються інноваційні проекти та створюються нові товари і послуги.

Соціальні функції не приносять прямої економічної вигоди краудфандеру та притаманні в більшій мірі некомерційним проектам. До соціальних функцій відносяться:

– інформаційна – привертає увагу до суспільно важливих проектів, формує тренди на ринку;

– мотиваційна – підштовхує потенційних вкладників брати участь в проектах, що можуть задовольнити суспільні чи особисті потреби;

– благодійна – завдяки реалізації краудфандингових проектів вирішується широке коло питань особистого та суспільного характеру.

Підґрунтям функціонування краудфандингу виступає низка принципів:

1. Цільове призначення. Перед запуском проекту краудфандер повинен заздалегідь визначитися з метою, на реалізацію якої підуть зібрані кошти. Використання позикових коштів на потреби, не вказані в проекті, не допускається.

2. Обмеження в часі. Часові обмеження допомагають реалізовувати найбільш актуальні проекти. Якщо потенційні вкладники відчувають потребу в реалізації конкретного проекту, то вони в певні терміни внесуть свої кошти і допоможуть в його реалізації. Якщо ні – то проект закритється, так і не зібравши потрібну кількість грошей.

3. Ризики. Вносячи свої кошти, вкладники не отримують ніяких гарантій в тому, що вони зможуть повернути кошти або отримати прибуток. Це основний принцип інвестування. При цьому соціальні та благодійні проекти в принципі не припускають отримання доходу вкладником.

4. Широка спеціалізація. На сучасних краудфандингових платформах збір коштів можна організувати в багатьох напрямках бізнесу, мистецтва і благодійності.

5. Прозорість. Кожному бажаному, не тільки вкладникам, надається повна інформація про процес збору коштів, мету проекту і можливі нагороди. Це робиться для того, щоб потенційні вкладники могли прийняти рішення щодо доцільності вкладання коштів, і побачити проект у найдрібніших деталях.

6. Результативність. Кожен краудфандер повинен звітувати своїм вкладникам про процес реалізації проекту. Якщо проект провалився, наприклад продукт не знайшов попиту серед споживачів, то всі гроші, інвестовані в проект, залишаються в ньому. Проте якщо автор проекту просто не став його реалізовувати, то він зобов'язаний

повернути гроші своїм вкладникам. Гарантом у цьому зазвичай виступає краудфандингова платформа.

Як із теоретичної, так і з практичної точки зору вкрай важливим є підхід до класифікації видів краудфандингу. Є декілька критеріїв, за якими пропонується класифікувати краудфандинг. Перший – за метою краудфандингового проекту. За цим критерієм краудфандингові проекти поділяються на:

- фінансові. Це бізнес-проекти, метою яких є отримання прибутку шляхом створення нової продукції, товарів чи послуг. Зазвичай створена продукція має високий ступінь унікальності та інноваційних складових частин;

- соціальні. Як правило, некомерційні проекти, що мають велике значення для суспільства. Такі проекти засновують і розвивають у соціальній сфері, сферах охорони здоров'я, захисту природного середовища, розвитку міської інфраструктури та ін.

- креативні. Це проекти, спрямовані на створення чи популяризацію продукції мистецтва та творчості. Найпоширенішим видом таких проектів є збір коштів для створення музичної та кінопродукції, а також комп'ютерних ігор;

- індивідуальні. Це некомерційні проекти, спрямовані на вирішення проблем конкретного індивіду. Такі проекти можуть бути як благодійними – збір коштів на лікування, так і для вирішення побутових проблем – збір коштів на освіту, відпустку чи ремонт.

За другим критерієм, краудфандингові проекти класифікують залежно від мотивації вкладника й очікуваної вигоди. Такі проекти поділяються на:

- благодійні. У межах благодійних проектів пожертвування, як правило, є добровільними актами, зробленими на основі альтруїзму і без будь-яких зобов'язань для одержувача, винагорода відсутня. Поширений цей вид, як правило, серед соціальних, благодійних та культурних проектів. Може використовуватися в політичних кампаніях;

- проекти з нефінансовою винагородою. Такі проекти передбачають збір коштів із подальшим отриманням нефінансової винагорода. Винагорода є свого роду стимулом, що викликає інтерес вкладників і спонукає їх підтримувати авторські ідеї. Використовується під час збору коштів на будь-які проекти, починаючи від творчих, культурних, спортивних проектів і закінчуючи складними технологічними продуктами. Вкладники отримують винагороду у вигляді товарів, робіт і творів мистецтва. Наприклад, якщо мета проекту – запис нового музичного альбому, винагородою може стати подарункове видання альбому з підписом виконавців. Цей вид краудфандингу є найбільш поширеним і простим, оскільки не передбачає наявності будь-яких зустрічних фінансових потоків і тому не підпадає під норми правового регулювання ринку цінних паперів;

- проекти із залучення боргового капіталу. В цих проектах кошти збираються для фінансування фізичних осіб, малого і середнього бізнесу. Цей вид краудфандингу являє собою онлайн-процес укладення фінансової угоди, в якому позичальники і кредитори зв'язуються один

з одним без участі банківської системи. Краудфандингова платформа фактично виступає в ролі брокера, автори проекту – в ролі позичальників, а вкладники – кредиторів. Процентні ставки зазвичай нижче банківських, а інвестор може вибрати ступінь ризику, яку готовий прийняти на себе. Сайти платформ можуть пропонувати рейтингову систему, аналогічну кредитному рейтингу;

- проекти із залучення акціонерного капіталу. В цих проектах збір коштів проводиться для подальшого інвестування та участі в діяльності компанії. Інвестиції в компанію залучаються в обмін на акції цієї компанії. Інвестори купують акції, а їх інвестиції спрямовуються на розвиток підприємства. Інвестор отримує частку в компанію і, отже, право голосу і право на отримання дивідендів, коли компанія почне приносити прибуток. З іншого боку, інвестор розділяє з компанією і всі ризики. Якщо компанія буде терпіти збитки, то інвестор може втратити всі вкладені кошти. Така форма краудфандингу підходить компаніям-новачкам та стартапам.

За третім критерієм краудфандингові проекти класифікують залежно від способу збору коштів, вони поділяються на:

- «все або нічого». В таких проектах кошти переводяться краудфандеру тільки в тому разі, якщо по закінченню встановленого періоду досягається заздалегідь встановлена фінансова мета. Якщо мета не досягнута, всі гроші повертаються вкладникам;

- «залишити все зібране». В цьому разі всі зібрані кошти (за винятком комісійних відрахувань) відправляються творцям проектів, незалежно від того, чи була досягнута встановлена фінансова мета, чи ні. Якщо краудфандеру не вистачає коштів на запуск проекту, то на нього покладається відповідальність за відшкодування коштів спонсорам;

- «угода з вільною ціною». В цих проектах вкладники самі визначають ціну вже створеного продукту, такого як літературне видання або музичний альбом. Таким чином, від кількості зібраних коштів залежатимуть обсяги випуску продукції.

Незважаючи на різноспрямованість краудфандингових проектів згідно з класифікацією, процес їх організації має схожі характеристики. Представлений проект повинен містити опис, кількість коштів, що потребується, час реалізації, інформацію про автора проекту, ймовірні вигоди для вкладників, номери банківських рахунків для перерахунку коштів тощо. В цілому процес краудфандингу можна представити таким чином:

1. Створення ідеї. На цьому етапі створюється ідея, яка, на погляд автора проекту, заслуговує уваги і здатна принести користь у певній галузі. Цей етап вважається найбільш значним, так як він говорить про потенційний успіх проекту, інвестицій та здібності краудфандера.

2. Підготовка проекту. На етапі підготовки обираються способи інвестування чи збору коштів, складається бізнес-план, вибирається краудфандингова платформа, збираються дані, необхідні для створення проекту, – документація, фотографії та відео, що пояснюють його суть.

3. Створення проекту. Ця стадія вважається своєрідним тестуванням наявності попиту на ідею і продукти загалом. На цьому етапі вказується сума, необхідна для реалізації проекту, визначається винагорода за грошові внески, часовий термін збору коштів тощо. Цей етап характеризується максимальною участю краудфандера у популяризації свого проекту шляхом реклами у ЗМІ, соціальних мережах та тематичних спільнотах.

4. Збір коштів. Етап, що здійснюється з мінімальною участю краудфандера. Відбувається збір необхідної суми за допомогою зацікавлених осіб та інвесторів. Підсумком цього етапу є виконання чи невиконання фінансової мети проекту. У разі, якщо необхідні на реалізацію проекту кошти зібрано, грошові кошти переходять на банківські рахунки, здійснюються комісійні виплати краудфандинговій платформі (зазвичай 5-15%). Якщо необхідна сума по закінченню терміну залишилася не зібраною, то внески повертаються вкладникам (за виключенням інших умов проекту). Комісійні виплати краудфандинговій платформі у цьому разі не передбачені.

5. Реалізація проекту. На цьому етапі ідея проекту втілюється у життя, зібрані кошти витрачаються відповідно до фінансового плану чи кошторису проекту. Логічним завершенням цього етапу має бути створений продукт, технологія, послуга чи інший заявлений на початку результат.

6. Звіт про результат. На цьому етапі краудфандер звітує вкладникам про результати, стан реалізації ідеї, про виконану роботу і частину робіт, що могла залишитися. За необхідності відбувається нарахування винагород чи інших бонусів вкладникам. У разі залучення внесків у вигляді акціонерного капіталу формується база для нарахування дивідендів у майбутньому.

Незважаючи на те, що технологія краудфандингу відносно нова і не має значного поширення на вітчизняному ринку, їй властива низка безумовних переваг порівняно з класичними джерелами фінансування. Разом із фінансуванням краудфандер отримує можливість не тільки зібрати кошти, необхідні на реалізацію проекту, але й ефективно розрекламувати його, отримати зворотний зв'язок про затребуваність продукту або кінцевої мети проекту. До основних переваг краудфандингу варто віднести:

– умовна безоплатність фінансування та незалежність. За винятком залучення акціонерного чи боргового капіталу через краудфандингові проекти, винаго-

рода для вкладників є формальною та нефінансовою, особливо якщо ідея носить соціальний або благодійний характер. Також при традиційних формах зовнішнього фінансування кредитор чи інвестор матимуть вплив на те, як будуть використовуватися надані кошти. При бажанні грошовий потік може бути перекритий, і розвиток проекту зупиниться. У разі краудфандингу рахунок інвесторів переходить на тисячі, тож конфлікт інтересів, що може вплинути на результат, відсутній;

– доступність та легкість входу в процес краудфандингу, відсутність бюрократизації. Автор проекту може не мати досвіду запуску успішного бізнесу, репутації, потрібних зв'язків, стартового капіталу і навіть працівників, головне – це ідея, якою зацікавляться потенційні вкладники. Завдяки використанню краудфандингових інтернет-платформ збір коштів не обмежується географічно та розширює коло потенційних вкладників. До того ж інтернет дає можливість скоротити часові і фінансові витрати на пошук вкладників;

– відсутність посередників, що характеризується вільним доступом до фінансів без участі банків, бірж чи венчурних капіталістів. Це говорить про спрощення самого процесу фінансування. Крім того, за рахунок прямого діалогу вкладники можуть взяти участь в удосконаленні ідеї проекту;

– зниження ризиків. Попередній збір коштів наглядно демонструє споживчий інтерес до проекту, його потенційний успіх. Якщо люди його неохоче фінансують – то це сигнал, що з проектом щось не так і треба або міняти концепцію, або скорочувати витрати. Якщо ж фінансування йде хорошими темпами, то є велика вірогідність, що продукт буде популярним на ринку серед споживачів.

Висновки. На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що краудфандинг є простим, доступним та прозорим інструментом для залучення зовнішнього фінансування як малим чи середнім бізнесом, так і окремими індивідами. Коло проектів, які можуть фінансуватися за допомогою краудфандингу, є надзвичайно широким, що робить цей інструмент універсальним. Завдяки цим та іншим перевагам краудфандинг користується великою популярністю серед користувачів – за прогнозами Світового банку, до 2025 року щорічні вкладення в краудфандинг виростуть до 93 млрд. дол. [10]. Лише третина всіх краудфандингових проектів – соціальні та розважальні, інші – комерційної спрямованості.

Список літератури:

1. Волосович С.В., Василенко А.В. Краудфандинг як інноваційний метод фінансування проектів. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2017. № 4. С. 13-19. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/5-2017/UKR/volosovych.pdf> (дата звернення: 12.06.2019).
2. Меджибовська Н.С. Краудфандинг для малого бізнесу: міф чи реальність? *Науковий журнал “Економіка України”*. 2016. №10 (659). С. 20-34.
3. Іващенко А.І., Поліщук Є.А., Діба О.М. Перспективи розвитку краудфандингу в Україні як інструменту залучення коштів для підприємств малого та середнього бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 21. С. 34-39.
4. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. Москва : Альпина Пабlishер, 2012. 208 с.

5. Schwienbacher A., Larralde B. Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. *Handbook of Entrepreneurial Finance*. / D. Cumming. Oxford : Oxford University Press, 2010. P. 369-391.
6. Bradford C. Steven. Crowdfunding and the Federal Securities Laws. *Columbia Business Law Review*. 2012. № 1. 150 p. URL: <http://ssrn.com/abstract=1916184>. (дата звернення: 12.06.2019).
7. Vitins M. Crowdfunding and Securities Laws: What the Americans Are Doing and the Case for an Australian Crowdfunding Exemption. *Scribd: reading platform*. URL: <http://ru.scribd.com/doc/159842450/Crowdfunding-and-Securities-Laws-What-the-Americans-Are-Doing-and-the-Case-for-an-Australian-Crowdfunding-Exemption-by-Matt-Vitins#scribd>. (дата звернення: 12.06.2019).
8. Gierczak M.M., Bretschneider U., Haas Ph., Blohm I., Leimeister J.M. Crowdfunding: Outlining the New Era of Fundraising. *Research Platform Alexandria*. 2015. 18 p. URL: https://www.alexandria.unisg.ch/239336/1/JML_516.pdf. (дата звернення: 12.06.2019).
9. Ordanini A., Miceli L., Pizzetti M., Parasuraman A. Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of Service Management*. 2011. № 22 (4). P. 443-470.
10. Crowdfunding's Potential for the Developing World. 2013. infoDev, Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC. *The World Bank website*. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/409841468327411701/pdf/84000WP0Box380crowdfunding0study00.pdf> (дата звернення: 12.06.2019).

References:

1. Volosovych S.V., Vasylenko A.V. (2017) Kraudfandynh iak innovatsijnyj metod finansuvannia proektiv [Crowdfunding as an innovative method of project financing]. *Electronic scientific professional publication on economic Sciences "Modern Economics"*, no. 4, pp. 13-19.
2. Medzhybovska N.S. (2016) Kraudfandynh dlia maloho biznesu: mif chy real'nist'? [Kraudfandynh for small business: a myth or a reality?]. *Scientific journal "Economics of Ukraine"*, vol. 10, no. 659, pp. 20-34.
3. Ivaschenko A.I., Polischuk Ye.A., Dyba O.M., (2016) Perspektyvy rozvytku kraudfandynhu v Ukraini iak instrumentu zaluchennia koshtiv dlia pidpriemstv maloho ta seredn'oho biznesu [Prospects for the development of crowdfunding in Ukraine as a tool for raising funds for small and medium-sized businesses]. *Investments: practice and experience*, no. 21, pp. 34-39.
4. Khau Dzh. (2012) *Kraudsorsynh. Kollektivnyj razum kak ynstrument razvytyia byznesa* [Crowdsourcing. Collective mind as a tool for business development]. Moscow: Al'pyna Pablysher. [in Russian].
5. Schwienbacher A., Larralde B. (2010) Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. *Handbook of Entrepreneurial Finance*. Oxford: Oxford University Press. pp. 369-391.
6. Bradford C. Steven. (2012) Crowdfunding and the Federal Securities Laws. *Columbia Business Law Review*, no. 1, 150 p. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1916184>. (accessed: 12 June 2019).
7. Vitins M. Crowdfunding and Securities Laws: What the Americans Are Doing and the Case for an Australian Crowdfunding Exemption. *Scribd: reading platform*. URL: <http://ru.scribd.com/doc/159842450/Crowdfunding-and-Securities-Laws-What-the-Americans-Are-Doing-and-the-Case-for-an-Australian-Crowdfunding-Exemption-by-Matt-Vitins#scribd>. (accessed: 12 June 2019).
8. Gierczak M.M., Bretschneider U., Haas Ph., Blohm I., Leimeister J.M. (2015) Crowdfunding: Outlining the New Era of Fundraising. *Research Platform Alexandria*, 18 p. Available at: https://www.alexandria.unisg.ch/239336/1/JML_516.pdf. (accessed: 12 June 2019).
9. Ordanini A., Miceli L., Pizzetti M., Parasuraman A. (2011) Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of Service Management*, vol. 22, no. 4, pp. 443-470.
10. Crowdfunding's Potential for the Developing World. 2013. infoDev, Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC. *The World Bank website*. Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/409841468327411701/pdf/84000WP0Box380crowdfunding0study00.pdf> (accessed: 12 June 2019).

СУЩНОСТЬ И ПРЕИМУЩЕСТВА КРАУДФАНДИНГА КАК ВНЕШНЕГО ИСТОЧНИКА ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТОВ

В статье приводится теоретическое обоснование сущности краудфандинга как экономической категории. Определены объект и субъекты краудфандинга, сформированы присущие ему функции и принципы. В статье предлагается подход к классификации видов краудфандинга в зависимости от цели проекта, от способа сбора средств и от мотивации вкладчиков, что позволяет комплексно подойти к исследованию процесса краудфандинга. В работе охарактеризован и пошагово раскрыт процесс краудфандинга. В статье предлагаются поэтапные методологические рекомендации по организации и реализации проекта краудфандинга. Также указываются требования и ограничения, которые устанавливаются для краудфандинговых проектов. Процесс описан в универсальном виде, подходящем для финансирования любых проектов. Представлен список преимуществ краудфандинга по сравнению с традиционными источниками финансирования проектов. Сформированы выводы и дан прогноз развития рынка краудфандинга.

Ключевые слова: краудфандинг, внешнее финансирование, проект, краудфандинговая платформа, инвестиции.

THE ESSENCE AND ADVANTAGES OF CROWDFUNDING AS AN EXTERNAL SOURCE OF PROJECT FINANCING

The creation of new innovative projects requires significant financial resources, the lack of which jeopardizes the existence of the project or significantly limits the scope of its implementation. Usually, the traditional sources of financing of such projects were either own funds or attracted in the form of loans and investments. The listed financing sources have a number of disadvantages that limit their use when launching new projects. These are high interest rates on the loan, the transfer of part of the company to equity investors, high risks of using equity. However, with the development of modern IT-technologies, especially in the field of communications, enterprises have received a new tool for financing their projects – crowdfunding. With the help of specialized crowdfunding platforms, problems of search and attraction of investors are solved. This paper provides a theoretical justification of the essence of crowdfunding as an economic category and a source of external financing. The object and subjects of crowdfunding are defined, functions and principles inherent to it are formed. Also, the article proposes an approach to the classification of types of crowdfunding, depending on the purpose of the project, depending on the method of raising funds and depending on the motivation of depositors, which allows a comprehensive approach to the study of the process of crowdfunding. This approach to classification takes into account the possibility of crowdfunding to finance any business projects, innovative projects to create new products and services, creative or charitable projects. The article provides step-by-step methodological recommendations on the organization and implementation of a crowdfunding project. Also it indicates the requirements and limitations that are set for crowdfunding projects. The process is described in a versatile form, which allows it to be used to organize funding for projects of any kind. The list of advantages of crowdfunding in comparison with traditional sources of financing of projects is presented. Conclusions are formulated and the forecast of development of the crowdfunding market is given.

Key words: crowdfunding, external financing, project, crowdfunding platform, investments.