

**Чернівецький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету**

Кафедра менеджменту, маркетингу і міжнародної логістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**КРАУДФАНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

(на матеріалах ТОВ «Машзавод», м.Чернівці)

Ступінь вищої освіти бакалавр

Студентки 5 курсу,
504 групи, заочної форми навчання
спеціальності 073 Менеджмент
освітньої програми «Управління
бізнесом»

Яни
ШЕРСТЮК

підпис

Науковий керівник
к.е.н., доцент

Юлія
УРСАКІЙ

підпис

Завідувач кафедри,
менеджменту, маркетингу
і міжнародної логістики
к.е.н., доцент

Валентина
ЧИЧУН

підпис

Чернівці 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ КРАУДФАНДИНГУ	5
1.1. Сутність і значення краудфандингу	5
1.2. Особливості чинників впливу на розвиток краудфандингу	11
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТОВ «МАШЗАВОД» ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ КРАУДФАНДИНГУ	19
2.1. Методичні положення з оцінювання систем краудфандингу	19
2.2. Аналіз економічної ефективності функціонування ТОВ «Машзавод».....	25
2.3. Аналіз ефективності фінансування інноваційних проектів з використанням краудфандингу	33
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КРАУДФАНДИНГУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	39
3.1. Концепція державного регулювання систем краудфандингу	39
3.2. Аналізування зарубіжного досвіду використання краудфандингу	44
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	51

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасні глобалізаційні процеси та конкурентне середовище зумовлюють необхідність переведення економіки України на інноваційний шлях розвитку, що вимагає значних фінансових ресурсів. Без застосування новітніх інструментів фінансово-інвестиційної системи неможливими є як покращення стану підприємницької активності, так і реалізація інноваційних, соціальних та бізнес-проектів у вітчизняних економічних реаліях.

Проблема низького рівня підприємницької та інноваційної активності актуалізується в умовах нестабільності та недосконалості фінансового ринку України, обмеженості і значній вартості фінансових ресурсів для підприємств та підприємців. Все це обумовлює важливість й актуальність розроблення теоретичних і методико-прикладних засад з оцінювання та державного регулювання краудфандингу в Україні. У вітчизняній науці дослідження краудфандингу та його особливостей лише започатковуються, що актуалізує дослідницький інтерес.

Вагомий внесок у розроблення теоретико-прикладних положень у сфері дослідження питання фінансування бізнес-ідей та соціальних і культурних проектів зробило чимало вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких варто виокремити праці І.П. Васильчук, С. Вевен, Е.Гербер, А.Голдфарб, А.К. Кочієвої, О.Є.Кузьміна, Т.Ламберта, А. Лей, О.Г. Мельник, В.О. Огородника, В.Г.Поліщук, А.В. Рогової, Р.В. Фещура, Й.Хемер, В. Швальц, А.Швієнбахера, Н.О. Шпака.

Метою кваліфікаційної роботи є розроблення теоретичних і методико-прикладних засад регулювання систем краудфандингу в інноваційній підприємницькій діяльності. Для досягнення зазначеної мети у роботі встановлено і розв'язано такі завдання:

- розкрити сутність та значення поняття «краудфандинг»;
- дослідити типологію чинників розвитку краудфандингової діяльності;

- удосконалити методологічний інструментарій з оцінювання систем краудфандингу;
- проаналізувати економічну ефективність функціонування ТОВ «Машзавод»;
- запропонувати концепцію державного регулювання систем краудфандингу;
- проаналізувати зарубіжного досвіду використання краудфандингу.

Об'єктом дослідження є процес розвитку систем краудфандингу підприємницькій діяльності.

Предметом дослідження є теоретичні, науково-методичні та практичні аспекти забезпечення розвитку систем краудфандингу підприємницькій діяльності.

Базою дослідження було обрано Товариство з обмеженою відповідальністю «Машзавод».

Для досягнення поставленої мети та окреслених завдань у роботі використовувались різні загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження, а саме: аналіз, синтез, групування, порівняння та узагальнення; методи анкетування, експертних оцінок та емпіричного дослідження; структурно-логічний.

Теоретичною інформаційною базою кваліфікаційної роботи є наукова, інформаційно-довідкова, навчально-методична література вітчизняних та зарубіжних авторів, матеріали періодичних видань, статистичні звіти та огляди Державної служби статистики України, Інтернет-джерела.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розробленні концепції державного регулювання систем краудфандингу.

Практичне значення отриманих результатів полягає у формуванні та розробленні теоретичних та практичних рекомендацій щодо удосконалення застосування систем краудфандингу підприємницькій діяльності.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ КРАУДФАНДИНГУ

1.1. Сутність і значення краудфандингу

В сучасних умовах соціально-економічний розвиток кожної економічної системи може бути описаний певними особливостями та характеристиками. Спільною та, мабуть, однією з таких ключових особливостей розвитку є недостатня забезпеченість усіх економічних суб'єктів фінансовими ресурсами [25].

Завдяки достатньому фінансовому забезпеченню господарської діяльності, правильному вибору способів та джерел мобілізації фінансових ресурсів та визначення найоптимальніших напрямів їх використання досягається зростання доходів підприємства. Отже, можна стверджувати, що успіх підприємницької діяльності знаходиться у безпосередній залежності від стану фінансових ресурсів суб'єкта господарювання та вибору стратегії їх фінансових ресурсів. Фінансові ресурси виступають одним із найбільш важливих для забезпечення діяльності суб'єктів господарювання видом ресурсів. Важливість фінансових ресурсів у фінансово-господарській діяльності підприємства зумовлена їх здатністю швидко трансформуватися у інші види ресурсів: матеріальні, нематеріальні, технологічні, інноваційні тощо [29, с. 195].

Проблема недостатньої забезпеченості фінансовими ресурсами продовжує бути одним із найважливіших викликів для більшості економічних суб'єктів, особливо для інноваційних стартапів та підприємств, що займаються соціальними ініціативами та екологічними проектами.

Розвиток нових технологій породжує значну кількість інноваційних підприємств та нові можливості для провадження бізнесу. Методи розвитку, управління та фінансування таких підприємств також мають бути інноваційними [17;34]. В економічно розвинутих країнах такі підприємства

найчастіше застосовують краудфандинг, що є новим та ефективний методом акумулювання фінансових ресурсів. Крім цього варто зазначити, що технологічний розвиток також сприяє поширенню мережевих комунікацій та стимулює їх використання, адже такий процес завжди є швидшим та дешевшим [5; 5].

Поняття «краудсорсинг», «краудфандинг», «краудлендинг» та інші є новими для економічної системи України, проте їх роль в економічних процесах держав з розвинутою економікою є значною. Враховуючи участь нашої країни в інтеграційних процесах, необхідним є вивчення вищезгаданих понять, уточнення відмінностей між ними та розуміння їх значення для економіки України.

У даному контексті поняття «краудсорсинг» є першочерговим і від нього пішли усі наступні терміни: краудфандинг, краудінвестинг, краудлендинг, краудмаркетинг та інші. Прийнято вважати, що термін «краудсорсинг» вперше було вжито Джеффом Хауї у його статті «Повстання краудсорсингу» («The Rise of Crowdsourcing»). Пропонуючи цей термін Дж. Хауї зазначав, що під ним він має на увазі розміщення проекту компанією на Інтернет-платформі, що реалізується великою кількістю учасників [26].

Науковець Ю.Унтерберг зазначає, що краудсорсинг є «актом компанії або установи з передачі деяких функцій, які раніше виконувалася своїми співробітниками, зовнішньому виконавцеві, що є невизначеною (і зазвичай досить численною) кількістю людей у мережі в формі відкритого заклик [31, с.5].

Згідно з Collins English Dictionary під поняттям «краудсорсинг» варто розуміти передачу роботи невизначеному колу осіб, як правило, зробивши заклик до широкої громадськості найчастіше за допомогою мережі Інтернет [27, с. 390].

Оксфордський словник дає таке тлумачення поняття «краудсорсинг»: це процес отримання інформації або вкладу в конкретний проект за

допомогою залучення послуг великої кількості людей, оплачувано або неоплачувано, як правило, через Інтернет [14].

Отже, краудсорсинг - це передавання певної роботи великій кількості людей, які є об'єднаними ідеєю та готові надавати деякі послуги на волонтерських засадах (або за невелику оплату) без якогось трудового договору [15].

Світовими прикладами застосування краудсорсингу є перекладач Google (в ньому надається можливість усім користувачам коригувати пропонування ним переклад, додавати нові слова та навіть покращувати переклад), онлайн енциклопедія Wikipedia, де будь-який користувач може писати та редагувати статті енциклопедії, перекладати та створювати нові теми, мережа Facebook: завдяки користувачам цієї мережі було перекладено зміст інтерфейсу сторінки на усі мови світу у 2008 р. [15; 21].

Активне застосування краудсорсингу та його результати показали, що люди здатні кооперувати та готові безкоштовно виконувати певні необхідні для проекту функції. На основі цієї практики виникло нове поняття «краудфандинг». Реалізація Інтернет-кампанії для рок-групи Marillion вважається першим прикладом краудфандингу в сучасному розумінні цього поняття. Шанувальники цієї рок-групи здійснили збір коштів в Інтернеті для реалізації музичного туру групи. Кампанія була успішною, адже група зібрала понад 60 тисяч доларів. Після цієї успішної справи учасники цієї рок-групи почали самостійно використовувати такий метод збору грошей для запису їх наступних альбомів [4; 13;].

Із прикладів стає зрозумілим, що під поняттям «краудфандинг» необхідно розуміти отримання грошей для фінансування бізнес- та соціальних проектів від великої кількості людей/ Суперечливим у вищеподаному визначенні є те, що під таке визначення підпадає будь-який збір коштів, наприклад, збір пожертвувань у церквах або ж збори пожертвувань під час воєн [6; 17; 18].

Проаналізовані вище аспекти краудфандингу дозволяють звернути увагу на актуальність та інноваційність певних ідей, що може стати основою для їх відповідного фінансового забезпечення [16; 19] рис 1.1.

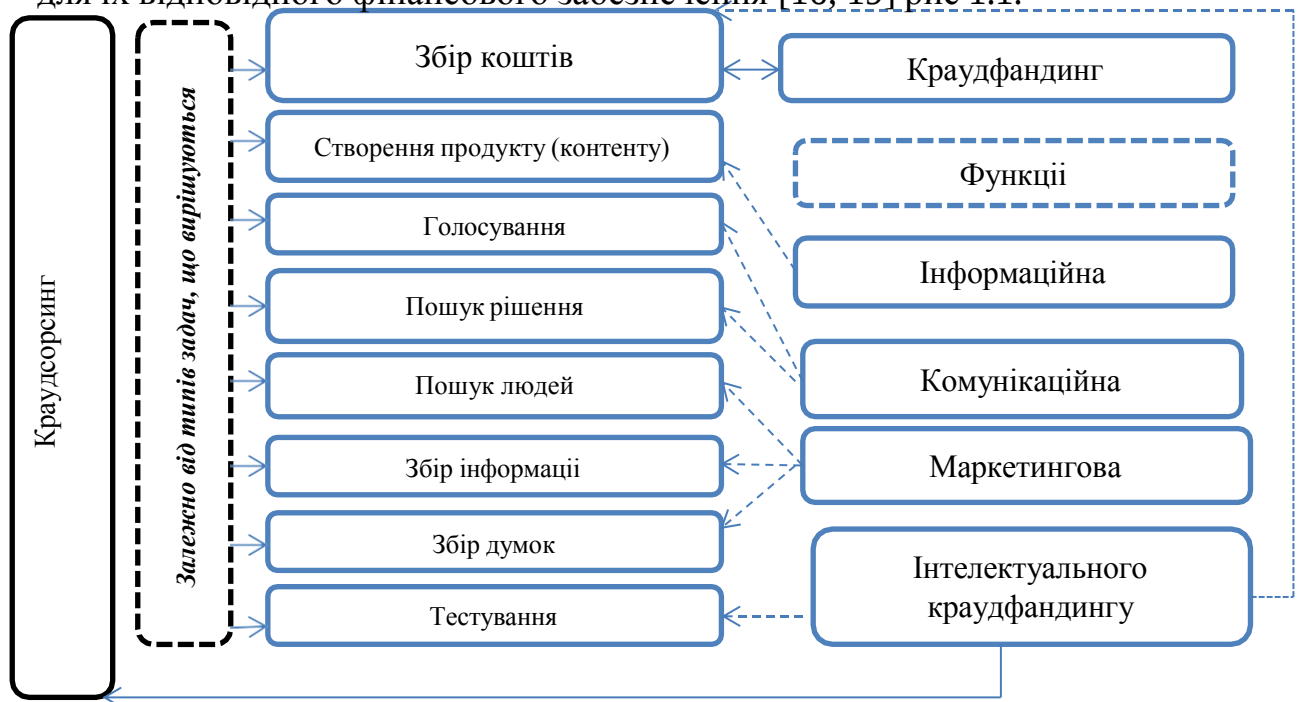


Рис. 1.1. Взаємозв'язок між поняттями і складовими «краудфандингу» та «краудсорсингу»

Науковці описують різні схеми фінансування, що зумовлені різною дистанцією між розробниками проектів та їх донорами. Дослідники вважають, що на локальних краудфандингових платформах учасники менше аналізують інформацію про загальну суму накопичених коштів, натомість на міжнародних платформах цей аспект є важливим: чим швидше проект починає акумулювати кошти тим більше донорів готові його підтримати фінансово [1; 21].

Дослідження вітчизняних і іноземних праць науковців та практиків показують, що такий інструмент як краудфандинг володіє значною кількістю переваг та в змозі створити суттєву конкуренцію традиційним формам фінансування здатен створювати переваги порівняно з традиційним фінансуванням, завдяки можливості отримання коштів без гарантій та поручительств, швидко та без зобов'язання повернути кошти. Серед

основних переваг краудфандингу як способу фінансового забезпечення реалізації проекту варто назвати такі [11; 12; 32]:

- можливість отримати фінансування у великому обсязі;
- можливість оцінки потенціалу новоствореного підприємства;
- безкоштовний аналіз потенційного продукту споживачами;
- створення клієнтської бази;
- низька плата (а то і її відсутність) за користування наданими коштами;
- єдиний варіант для певних проектів;
- простота реєстрації проекту;
- реципієнт залишається власником бізнесу та єдиним, хто контролює реалізацію проекту в усіх випадках, крім краудінвестингу.

Науковець В. Швальц наводить п'ять ринкових переваг краудфандингу[7; 9]:

1. Оцінка рівня попиту та зменшення ризиків, тобто за допомогою краудфандингу можна знайти потенційних клієнтів та спілкуватися з цільовою аудиторією, з'ясувати, за яку ціну готові купити продукт чи послугу споживачі.

2. Перевірка рекламної кампанії та маркетингового забезпечення проекту.

3. Довіра і додаткове просування: акцептація проекту відомою краудфандиновою платформою суттєво збільшує довіру до нього зі сторони потенційних донорів.

4. Отримання контактної інформації та створення бази споживачів. Краудфандинг надає можливість спілкуватися з цільовою аудиторією, отримуючи від неї відгуки, коментарі та критику.

5. Стратегічна відкритість новим можливостям.

Безсумнівно, що окрім значних переваг краудфандинг має і певні недоліки [5; 9; 26]:

- можливість копіювання чи викрадення ідеї;
- здійснюється в умовах високої конкуренції;
- обмеженість коштів;
- необхідність сплачувати комісію краудфандингових платформ;
- неуніверсальність;
- здійснюється в умовах значних обсягів роботи реципієнта.

Відокремити краудфандинг від інших краудтехнологій, тобто технологій та інструментів, що базуються на участі значної кількості учасників, таких як краудсорсинг, краудмаркетинг тощо допоможуть певні правила краудфандингу [2; 4]:

1. Будь-який збір коштів повинен мати заявлену мету.
2. Витрати, які планується покрити за допомоги цього виду фінансування, повинні мати публічний характер калькуляції.
3. Процес збору коштів повинен бути прозорим для громадськості.
4. Щоб уникнути ризиків благодійних зборів, процесу публікації реквізитів повинна передувати процедура попереднього тестування.
5. Технологія краудфандингу, крім збору власне грошових коштів, передбачає участь і потенційних рекламодавців, і менеджерів рекламних агентств, здатних включити сайт в свої медіаплатформи, і власників відвідуваних майданчиків, які могли б допомогти з залученням аудиторії.
6. Правило «matching funds» (від англ. співфінансування) – наявність коштів, вкладених у проект іншими спонсорами, що збільшує довіру до проекту.

З вищенаписаного випливає, що краудфандинговий проект – це обмежена у термінах діяльність одного або кількох авторів проекту, що полягає у розміщенні інформації про проект на краудфандинговому Інтернет-ресурсі з метою отримати певну визначену суму коштів від значної кількості донорів з фінансовою, матеріальною винагородою або без неї. Перед тим, як розміщувати проект необхідно оцінити всі фінансові аспекти проекту, його

суму, реальний термін для краудфандингової кампанії. Необхідно продумати методи мотивування та способи винагородження донорів проекту. Важливо також знайти однодумців, які готові виділити час для поширення інформації про проект, генерувати ідеї, залучати та спілкуватись з потенційними донорами. Все це необхідно здійснити перед тим, як розміщувати проект. Лише на засадах ґрунтовного аналізу проекту можна розміщувати його на правильно обраній краудфандинговій платформі.

1.2. Особливості чинників впливу на розвиток краудфандингу

Враховуючи той аспект, що витрати на розробку технології постійно та досить різко скорочуються, як наслідок розроблення програм та сайтів стає швидшим і дешевшим, ніж будь-коли раніше, виникнення та активне застосування онлайнових інструментів стали неминучими. З кожним днем з'являються все більше нових ринків для товарів і послуг, що вимагає нових талановитих підприємців, які б могли створити інноваційні рішення для потреб клієнтів, створити нові робочі місця, і як наслідок сприяти економічному і соціальному розвитку [2; 11].

Краудфандинг – поняття широке і багатогранне. На існування та розвиток цього інструменту впливає чимало факторів, подій, чинників. Проте доцільно зосередитись на основних.

Проаналізувавши праці вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків та здійснивши власне дослідження, вдалось виокремити ключові чинники, що вплинули на виникнення та функціонування систем краудфандингу. На нашу думку, усі ці чинники варто розділити на дві узагальнюючі групи: загальні та спеціальні чинники (табл.1.1).

Варто зосередити увагу на детальнішому аналізі запропонованих чинників, що впливають на виникнення та розвиток краудфандингової діяльності. Важливим та, мабуть, першочерговим є такий чинник, як стан

економічного розвитку країни, так як він впливає на усі сфери діяльності суспільства і є одним із найвагоміших факторів зростання держави.

Таблиця 1.1

Чинники розвитку краудфандингової діяльності

Загальні чинники	Спеціальні чинники
1. Економічний розвиток країни	1. Активність та питома вага середнього класу в країні
2. Стан банківської системи	2. Довіра населення до інноваційних фінансових інструментів
3. Розвиненість ринку платіжних карток та електронних систем	3. Підприємницька активність
4. Доходи населення	4. Схильність населення до заощаджень
5. Тінізація економіки загалом та фінансового сектора зокрема	5. Фінансова та технічна грамотність громадян
6. Доступність кредитних продуктів для підприємців та новостворених підприємств	6. Наявність та поширення доступу до Інтернету
7. Наявність та якість нормативноправового забезпечення фінансової діяльності	7. Розповсюдженість смартфонів та інших гаджетів
8. Інноваційна інфраструктура	8. Активність населення у соціальних мережах

Підтвердженням такого твердження стає те, що усі країни, що займають чільні місця за кількістю краудфандингових платформ належать до розвинених держав та демонструють значні обсяги валового внутрішнього продукту та інших макроекономічних показників (табл.1.2).

Таблиця 1.2

Порівняльний аналіз обсягів ВВП та обсягів краудфандинової діяльності аналізованих країн, 2022 р.

Країна	Обсяг ВВП, у млрд. дол. США	Місце в світі за обсягами ВВП	Обсяг краудфандинової діяльності у млн. дол. США	Кількість краудфандингових платформ
США	19485	1	35 356	191
Канада	1653	10	270	41
Франція	2587	7	433	46
Німеччина	3700	4	325	37
Великобританія	2628	5	5 829	86
Нідерланди	832	18	172	14

Стан банківської системи та ринку платіжних карток і електронних систем є важливим для реалізації краудфандингової діяльності, адже належний їх стан забезпечує можливість існування краудфандингу, як інструмента, що функціонує в Інтернет-середовищі, тому єдиним способом переказу коштів є застосування платіжних карток та різноманітних електронних систем. Найчастіше рішення про підтримку проекту донори приймають досить швидко чи навіть спонтанно, тому в таких умовах важливою є простота та легкість здійснення переказу, без зайвої реєстрації, перевірок банку тощо, що може забезпечитись лише в умовах розвинутої банківської системи та ринку платіжних інструментів.

Доступність кредитних продуктів для підприємців та новостворених підприємств впливає на краудфандингову діяльність, адже у посткризових умовах банки та інші фінансово-кредитні посередники вимагають від суб'єктів господарювання значніших гарантій, а потенційні інвестори стають дедалі обережнішими.

Таблиця 1.3

**Питома вага кількості безготівкових транзакцій у світ за регіоном,
2018 - 2022 рр.**

Роки	Країни Північної Америци	Країни Західної Європи	Країни Азії	Країни Латинської Америци	Інші країни
2018	38,50	25,17	17,30	9,65	9,38
2019	37,87	24,37	18,44	9,76	9,56
2020	36,61	23,82	20,38	9,43	9,76
2021	34,78	22,99	23,19	8,87	10,17
2022	33,39	22,49	24,99	8,31	10,82

Для проектів інноваційного розвитку та новостворених підприємств процес отримання фінансових ресурсів із таких традиційних джерел фінансування (наприклад, кредити банків та інших фінансових установ чи класичне інвестування), є складним, і часто без результативними, і як

наслідок, виникають нові альтернативні способи акумулювання коштів, такі як краудфандинг.

Згідно з даними Національної асоціації малого бізнесу (США), більше ніж дві третіх, а саме 69% малих підприємств використовує кредитне фінансування, включаючи кредити, кредитні картки, венчурний капітал тощо. Проте решта підприємств, тобто 31%, не мають змоги отримати адекватне фінансування. На нашу думку, застосування різноманітних типів краудфандингу дозволить таким підприємствам залучити необхідні фінансові ресурси.

Тінізація економіки загалом та фінансового сектора зокрема є важливим аспектом для розвитку краудфандингу. Тіньова економіка відома за різними назвами, такими як «прихована економіка», «сіра економіка», «чорна економіка», «готівкова або неформальна економіки». Всі ці синоніми стосуються деякого виду діяльності тіньової економіки. Проте, з одного боку, в економіці із високим рівнем тінізації є значний потенціал для фінансування проектів, адже значна частка заощаджень населення не є залученою до фінансового ринку та є неактивною. З іншої сторони, існує ризик «відмивання коштів».

Рівень доходів населення є також важливим фактором, що впливає на стан та розвиток краудфандингової діяльності. Проте цей чинник можна вважати похідним, адже на нього суттєво впливають і стан економічного розвитку країни, і стан та особливості банківської системи, і тінізація економіки. Доходи населення не означають зарплату, так як окрім заробітної плати до них враховують відсотки на депозитні вклади, інвестиційні доходи, розподіл прибутків тощо. Рівень доходів показує потенційну можливість населення в участі в краудфандингових проектах у якості донорів. Підтвердженням цього стає те, що краудфандинг уже активно застосовується у всіх державах із високим рівнем доходів.

Інноваційна інфраструктура є важливою у контексті розвитку краудфандингової діяльності, так як основними реципієнтами краудфандингових проєктів є представники інноваційних, технологічних, мультимедійних підприємств та стартапи загалом, що часто створюються та функціонують в середовищі інноваційної інфраструктури, до якого варто віднести бізнесакселератори, бізнес-інкубатори, технопарки, наукові та державні установи, інноваційно-технологічні та інжинірингові фірми тощо. Ця індустрія для розвитку стартапів набирає обертів у всьому світі, надаючи підприємцям доступ до ресурсів і надаючи фінансову підтримку, необхідну для перетворення їх ідей стартапів в довгостроково функціонуючі успішні підприємства. За даними Глобального звіту про акселератори [19; 27].

Важливо також виокремити спеціальні чинники впливу на краудфандингову діяльність, більшість із них мають чітко виражений соціальний характер. Варто почати аналіз таких чинників із наявності та достатній питомій вазі середнього класу в країні. Середній клас характеризується відносно високим рівнем доходів. Бідними доцільно вважати сім'ї, що здатні купувати лише товари першої необхідності. Олігархами є ті люди, що мають змогу придбати будь-які товари розкоші. Середній клас є включає в себе ті сім'ї, що мають змогу у повній мірі задовольняти власний попит на товари першої необхідності та купувати товари тривалого вжитку (Шульгін, 2009). У кожному суспільстві є представники кожного класу, важливим є те, як виглядає їхнє відсоткове співвідношення.

Іншою проблемою стає масовість вищої освіти. Україна входить у п'ятірку держав світу за кількістю населення із вищою освітою. Варто зауважити, що кількість громадян із вищою освітою у державах з розвиненою економікою сягає 10-20 % населення. Саме тому критерій освіченості не дозволяє об'єктивно оцінити середній клас в Україні. Деякі дослідники вважають, що лише 5% українців варто вважати представниками

середнього класу, враховуючи таку характеристику середнього класу як політичні вподобання і політична активність. За кордоном саме середній клас контролює діяльність керівних органів держави і першим реагує на їхні невірні прийняті рішення [16; 23].

Наступним чинником, що впливає на існування і розвиток краудфандингових систем є наявність доступу до Інтернету у населення. На сьогоднішній день в сучасному світі кількість людей, які мають можливість користуватися мобільним зв'язком, перевищує число тих, хто володіє доступом до електрики або води.

Згідно з опублікованими даними, у 2024 році кількість користувачів інтернету досягне 5,5 мільярда осіб, що на 227 мільйонів більше порівняно з 2023 роком. Охоплення населення мережами 5G суттєво відрізняється залежно від економічного розвитку країн: у державах з високим рівнем доходу показник сягає 84%, тоді як у країнах з низьким рівнем доходу – лише 4%., проте близько 2,6 млрд людей, досі не мають доступу до Мережі.

Згідно з дослідженням Міністерства цифрової трансформації України, у 2021 році частка українців віком від 18 до 70 років, цифрові навички яких нижче позначки «базовий рівень», становить 47,8% населення. А кількість тих, що не мають жодних цифрових навичок, — 11,2%. У порівнянні з 2019 роком ці показники зменшилися на 5,2% та 4% відповідно.

У той же час найбільше жителів, що використовують стаціонарний широкосмуговий зв'язок на душу населення, у США, Японії, Макао (Китай) та Естонії. При цьому більше 50% користувачів Інтернету від загального населення проживають у 77 країнах [16; 18]. Отже, цифрові технології не є найкоротшим шляхом до розвитку, хоча при правильному застосуванні вони можуть його прискорити.

Технічна та фінансова грамотність є важливою не лише для того, щоб підтримати краудфандинговий проект фінансово, а й для того, щоб

допомогти йому, займаючись проведенням Інтернет-маркетингу чи поширенням інформації у соціальних мережах. Технічна грамотність проявляється і в тому, що необхідно бути в змозі використовувати кредитні картки, дебетові картки або інші методи цифрової оплати. Без розуміння необхідності підтримки локальних та інноваційних проектів та незнання базових основ користування Інтернетплатформами, платіжними картками, соціальними мережами, існування краудфандингу стає неможливим [9; 19; 17].

Фінансова грамотність - це освіта та розуміння різних фінансових сфер, включаючи питання управління особистими фінансами, грошима та інвестуванням. Фактично, це здатність ефективно керувати питаннями особистих фінансів, і вона включає знання про прийняття відповідних рішень щодо особистих фінансів, таких як інвестування, страхування, нерухомість, бюджетування, пенсійне та податкове планування тощо. Фінансова грамотність є вкрай важлива для деяких типів краудфандингових операцій, що потребують значних вкладень і мають певні ризики.

Підприємницька активність є всеохоплюючим чинником, адже вона показує частку населення, що прагне до створення цінності, шляхом створення або розширення економічної діяльності, шляхом виявлення та використання нових продуктів, процесів або ринків.

Підприємницька активність може оцінюватись значною кількістю показників, серед яких: кількість створених нових підприємств, що стають роботодавцями для населення; частка підприємств за показником зростання працевлаштування; частка підприємств за показником зростання обороту; рівень закриття підприємств; рівень банкрутування підприємств; показник відтоку бізнесу (додавання показників «народжуваності» та «смертності» підприємств); показник виживання підприємств через 5 років існування; кількість підприємств у віці від 3 до 5 років у відсотках від усіх компаній з працівниками; відсоток працівників у 3-річних та 5-річних компаніях;

середній розмір 3-х і 5-річних фірм; частка власників підприємств у структурі населення; частка власників стартапів у структурі населення; частка доданої вартості, що створюють новостворені, 3 та 5 річні підприємства тощо.

Варто зазначити, що у всіх державах, що є світовими лідерами за обсягами краудфандингової діяльності, помітно високу частку населення, що є власниками бізнесу у структурі всього працездатного населення, так у Нідерландах це показник складав 8,63%, у Німеччині - 6,04%, у Сполучених Штатах Америки – 7,75%, у Канаді – 6,18%, у Великобританії – 6,67%, у Франції – 3,58% [19; 20; 21].

Отже, усі держави, що обрані для аналізу стану їх краудфандингових систем та показників краудфандингової діяльності, продемонстрували спільні тенденції як із економічної, так і соціальної сторін, що дозволило виділити ключові чинники, що можуть суттєво вплинути на становлення та розвиток такої діяльності. Перелік чинників не є скінченням, запропоновано лише основні, на нашу думку, фактори. Із розвитком нових типів краудфандингових технологій та появою нових тенденцій, доцільно доповнити існуючий перелік чинників та факторів, що зумовлюють і сприяють розвитку краудфандингової діяльності.

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТОВ «МАШЗАВОД» ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ КРАУДФАНДИНГУ

2.1. Методичні положення з оцінювання систем краудфандингу

Проаналізувавши актуальну ситуацію, що характеризує розвиток краудфандингу у світі, можна зробити висновок, що динаміка та стан краудфандингової діяльності характеризує економічний розвиток країни загалом.

Розвиток краудфандингової діяльності є показником ефективного стану економіки держави в цілому, адже значний обсяг краудфандингових операцій відображає:

- наявність у населення країни заощаджень;
- інноваційний та високотехнологічний напрям розвитку країни;
- збільшення рівня підприємницької активності та зменшення рівня безробіття;
- високий рівень розвитку фінансового сектору держави.

У порівнянні з іншими інструментами акумулювання фінансових ресурсів, процедура краудфандингу є простішою та легшою. Успіх проекту не залежить від думки декількох людей, як наприклад, при розгляді бізнес-плану фінансовимкредитними установами для отримання фінансування. Успішна краудфандингова кампанія залежить від продуманої та активної роботи авторів проекту з поширення інформації про нього та залучення зацікавлених осіб до проекту. Проте, як і для традиційних методів фінансування, краудфандинг є поєднанням людей, технологій, фінансових ресурсів тощо, що разом складає систему краудфандингу. Іноземні практики та науковці використовують термін «5P» (рис. 2.1) стосовно системи краудфандингу, подібно до маркетинг-міксу, що складається з «4P» (товар, ціна, збут, комунікація) [3; 10].

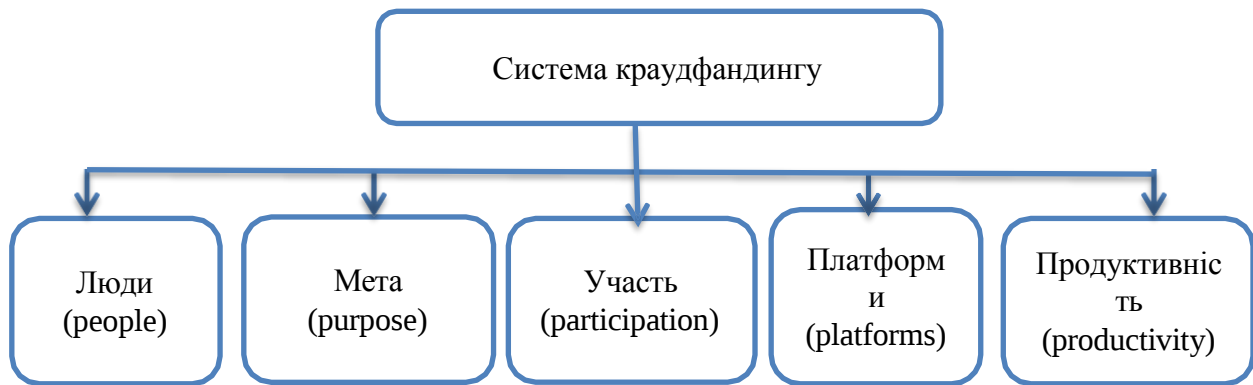


Рис. 2.1. Елементи системи краудфандингу

Отже, під «5Р» варто розуміти 5 ключових елементів системи краудфандингу [7; 8; 9]:

1. Люди (people). Краудфандингова діяльність орієнтована на задоволення потреб конкретних людей та інтересів суспільства в цілому. Людина є основною складовою системи, так як лише за участі звичайних людей та за сприяння суспільства (держави, уряду, засобів масової інформації, соціальних мереж, професійних організацій, інституційних інвесторів, фінансових посередників тощо), краудфандингова діяльність може відбутися;

2. Мета (purpose). Основною метою створення більшості краудфандингових проектів є бажання змінити світ, запропонувавши людям рішення певної проблеми чи задовільнивши їх власну певну потребу. Звичайно, автори проектів орієнтуються і на забезпечення прибутку, проте це не є їх основною метою. Краудфандинг втілює у собі культуру створення спільних цінностей та соціальної відповідальності, яка відрізняється від традиційних методів фінансування. Автори проектів, зазвичай, керуються місією та працюють з усіма зацікавленими сторонами і для них;

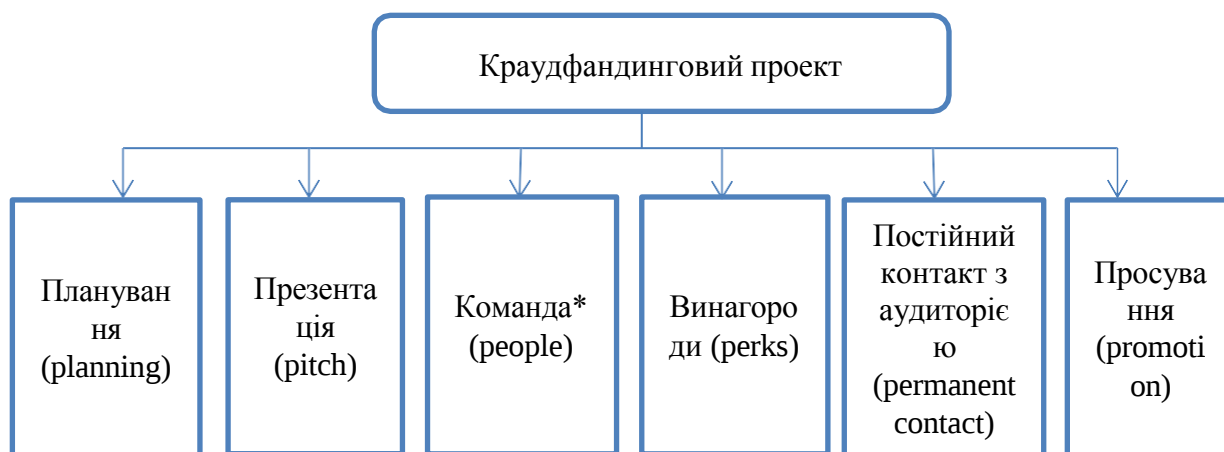
3. Платформи (platforms). Платформою варто вважати місце зустрічі ініціативних авторів проектів та донорів (спонсорів), тобто людей, що бажають стати частиною певного проекту або зацікавлені в його результатах реалізації. Ними можуть стати як краудфандингові платформи, так і соціальні

мережі. Платформи грають важливу роль, адже їх надійність та популярність є одними із головних елементів, що можуть мотивувати чи демотивувати потенційних донорів. У сучасному світі розвиток Інтернет-платформ приводить до нових бізнес-парадигм та абсолютно змінює модель поведінки споживачів. Важливими є також застосування платформами різних методів перерахунку коштів (операцій з платіжними картками чи електронними гаманцями), так як зручність оплати для донорів відіграє вирішальну роль, і будь-які проблеми з переказом коштів можуть відвернути увагу спонсора від краудфандингового проекту;

4. Участь (participation). Вкладення коштів у проект є основним проявом участі людей для більшості традиційних методів фінансування. Для краудфандингу участь донорів полягає не лише у фінансуванні, а й у творчій та інформаційній підтримці проекту, а також у його критичному аналізі з метою вдосконалення його результатів. Ідея спільної реалізації проекту є важливою для краудфандингової діяльності. Наприклад, проект Coolest Cooler полягає у створенні нової моделі мобільного холодильника, що має додаткові функції: вхід USB, ліхтарик, колеса і зручну ручку, зарядний пристрій для телефонів тощо. Спершу автори проекту планували зібрати 50 тис \$, проте суттєва підтримка з боку донорів та їхня активна участь у вдосконаленні товару зумовили успіх проекту Coolest Cooler і, як наслідок, його автори одержали 13,5 млн \$ від понад 62 тисяч донорів;

5. Продуктивність (productivity). Краудфандинг дозволяє втілити ідею в життя та реалізувати проект значно швидше, простіше та зберігаючи людські і фінансові ресурси. Найбільша продуктивність краудфандингу спостерігається у благодійних та соціальних проектах, найчастіше щодо проектів з ліквідації наслідків стихійних лих чи забезпечення гуманітарної діяльності.

Варто зазначити, що для конкретного краудфандингового проекту (рис. 2.2) «6Р» буде включати в себе зовсім інші елементи, а саме:



Примітка: складено автором на основі джерел (Shah, 2013; Nekaj, 2014;)

Рис. 2.2. Елементи системи краудфандингу для окремого краудфандингового проекту

Охарактеризувавши складові системи краудфандингу було обрано такі три показники для аналізу тенденцій таких операцій у світі (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка ключових показників краудфандингової діяльності у світі, 2018-2022 рр.

Роки	V (mln \$)	Q (од.)	M (mln \$)
2018	1400	200	7
2019	2700	454	5,947137
2020	6100	802	7,605985
2021	16200	1020	15,88235
2022	34000	1250	27,2

Серед обраних показників фігурують такі:

- Q - кількість краудфандингових платформ;
- V - обсяг коштів, залучених за допомогою краудфандингу;
- M - обсяг коштів, залучених за допомогою 1 краудфандингової платформи.

Як відомо, моделлю є спрощене уявлення про реальний об'єкт, процес або явище. У роботі були використані математичні моделі, тобто системи, що формалізуються, тобто вони є сукупністю взаємопов'язаних математичних і формально-логічних виразів, що, як правило, відображають реальні процеси і явища. Крім цього для кожної з пояснюваної змінної було побудовано графік динаміки, лінію тренду тощо. Числові моделі дозволяють отримувати розв'язок аналітичних моделей та застосовуються для конкретних вихідних даних і мають додаткову похибку. Ці моделі є універсальними, а також зручними для вирішення складних задач, але вони не є наочними, проте дуже трудомісткі при аналізі і встановленні взаємозв'язків між параметрами моделі. За допомогою аналізу регресії можна продовжити лінію тренду із метою прогнозування майбутніх значень [19; 35].

Проста лінійна регресія установлює лінійну залежність між двома змінними. Одна із них (y) вважається результативною змінною і є функцією від регресора (x). Величина $y = \{y_1, y_2, \dots, y_n\}$ складається з 2 складових: 1) не випадкової складової $\alpha + \beta x$, де $x = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}$, α і β – параметри рівняння; 2) випадкова складова $e = \{e_1, e_2, \dots, e_n\}$. Помилки, як правило, є наслідком багатовимірного нормального розподілу. Постійна величина a визначає точку перетину прямої регресії з віссю ординат і є середнім значенням у точці $x_0 = 0$. Коефіцієнт b характеризує нахил прямої до осі абсцис [13; 35].

Виявлено, що при аналізованні обсягу коштів, залучених за допомогою краудфандингу, та обсягу коштів, залучених за допомогою однієї краудфандингової платформи, лише половина моделей є адекватними.

За результатами дослідження базових та модифікованих моделей лінійного, логарифмічного, гіперболічного і степеневих видів та на підставі розрахунків параметрів моделей за фактичними даними встановлено, що найбільш адекватними моделями для опису залежності кількості краудфандингових платформ є модель степеневих видів, для опису

залежності обсягів коштів в часі є модель логарифмічного (показникового) виду.

Щодо типу краудфандингових платформ, то було виокремлено платформи на основі виникнення боргових зобов'язань, до яких належать платформи, що спеціалізуються на р-2-р кредитуванні, краудфандингу на основі сплати роялті, продажу мініоблігацій та торгівлі рахунками-фактурами, платформи на основі виникнення пайових зобов'язань (акціонерний краудфандинг) та інші краудфандингові платформи, що розміщують проекти на основі благодійного краудфандингу, краудфандингу на основі нефінансової винагороди та на основі пресейлінгу.

Таким чином, в різних регіонах та країнах люди надають перевагу різним типам краудфандингу і відповідно функціонують різні види краудфандингових платформ. Так, в таких країнах, як США, Канада, Нова Зеландія, Австралія, Великобританія домінують краудлендингові платформи та інші платформи на основі виникнення боргових зобов'язань. Безумовним лідером і за кількістю, і за часткою таких платформ у структурі платформ держави є Китай (464 платформи або 94 %). Серед держав, де найбільш популярними є платформи, що функціонують на основі нефінансової винагороди або без винагороди, варто назвати такі: країни Східної Європи (84% від усіх функціонуючих краудфандингових платформ), Африки (64%), Близького Сходу (61%) та Південної Америки (56%). Все це відбувається через недовіру до краудфандингу як до інвестиційного інструмента та усвідомлення людьми необхідності реалізування соціальних, мистецьких та культурних проектів, які, на жаль, не підтримуються державними органами. Особливою є ситуація щодо платформ, що спеціалізуються на акціонерному краудфандингу. Їх загальна питома вага у світовому обсязі краудфандингових платформ складає лише 13%, а лідерами є такі держави як США та Великобританія (31% та 27% відповідно).

2.2. Аналіз економічної ефективності функціонування ТОВ «Машзавод»

Підприємства машинобудування зосередженні у таких сферах, як виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції, виробництво електричного устаткування, виробництво машин і устаткування, виробництво автотранспортних засобів, причепів та напівпричепів та інших транспортних засобів. Для забезпечення функціонування вищеперерахованих сфер діяльності таких підприємств, розглядають також допоміжні виробництва: енергетичні, інжинірингові та інші.

ТОВ «Машзавод» - це підприємство з 70-річним практичним досвідом.

Місія ТОВ «Машзавод» - стати відомою компанією з міжнародним визнанням, що постачає якісне та ефективне обладнання для видобутку, зберігання, переробки і транспортування нафти і газу, для виробництва мінеральних добрив.

Метою діяльності ТОВ «Машзавод» - найбільш повне задоволення клієнтів, які забезпечуються повністю індивідуальним обслуговуванням з моменту отримання запиту до повного завершення поставки обладнання клієнту з подальшим наглядом за введенням його в експлуатацію на місці установки.

Концепція бізнесу ТОВ «Машзавод»: зберегти і максимізувати діяльності і технологій, застосованих у проектуванні, виготовленні та постачанні обладнання. Підвищення рентабельності шляхом підвищення доданої вартості в обладнанні.

Функціональна організаційна структура управління має ряд недоліків, тому що різні функціональні підрозділи не взаємодіють один з одним. Тобто, функції виконуються з кожним певним відділом окремо і відособлено один від одного. Процесне управління, є головною передумовою запровадження міжнародних стандартів менеджменту на

підприємстві. У функціональній організаційній структурі управління підрозділи або відділи задіяні в одному чи декілька бізнес-процесах одночасно. Обмін інформації між підрозділами якщо і виникає, то мінімальний, що призводить до браку інформації та взаємодії між відділами, з чого випливають значні витрати часу на прийняття управлінських рішень.

Найпоширенішою функціональною структурою управління як на ТОВ «Машзавод» так і на машинобудівних підприємствах визначають: організаційно-управлінську. Частка підприємств експортують свою продукцію, головною умовою, наприклад європейських ринків, є дотримання вимог до сертифікації продукції, обладнання та системи управління підприємства-екпортера. Натомість, вітчизняні машинобудівні підприємства не дотримуються обов'язкових умов системи менеджменту якості, що спонукає до переходу на нові умови праці, а не функціонування по старим шаблонам управління. Така структура управління породжує проблему некерованості та не контролюваності бізнес-процесів. Наявність такої структури управління на машинобудівних підприємствах стримує потенціал управління і не дозволяє реалізуватися йому повною мірою, оскільки відділи сприймають завдання, що надходять від апарату управління зверху по вертикалі, а окремі відділи працюють на досягнення своїх функціональних обов'язків. Така структура не дозволяє в повній мірі задовольняти виконання бізнес-процесів та виявити вузькі місця системи менеджменту якості та гнучко і оперативно реагувати на зміни, що відбуваються всередині компанії під впливом зовнішнього середовища [4; 12].

Ми вважаємо, що недосконала функціональна організаційна структура управління на машинобудівних підприємствах, в т.ч. ТОВ «Машзавод», при функціонуванні системи менеджменту якості, обов'язково потребує реінжинірингу. Реінжиніринг бізнес-процесів виступає одним з

основних інструментів перепроєктувань, для визначення необхідності його застосування доцільним є попереднє оцінювання виробничо-комерційної діяльності машинобудівних підприємств. Обґрунтування методичного підходу до оцінювання фінансових показників, що надасть змогу визначити рівень ефективності та фінансовий потенціал функціонування підприємств. Таким чином, здійснення оцінювання виробничо-комерційної діяльності виступає підґрунтям до реалізації реінжинірингу. Отже, нагальним питання дослідження комплексу фінансових та економічних показників для визначення рівня їх ефективності чи навпаки неефективності.

Передумовами до аналізування і оцінювання виробничо-комерційної діяльності ТОВ «Машзавод» слугують зовнішні та внутрішні виклики середовища функціонування підприємства. Натомість, несприятливі умови ззовні та неефективне управління зумовлюють підприємства вдаватися до кардинальних і докорінних змін управління виробничо-комерційною діяльністю. У даному дослідженні за методичну основу використовуємо праці. Такі умови спонукають вчених до дослідження та створення низки підходів до оцінювання як кількісних, так і якісних показників діяльності машинобудівних підприємств. Таким чином, нами було обрано показники для дослідження рівня ефективності та результативності виробничо-комерційної діяльності ТОВ «Машзавод» 2019–2021 роки (табл. 2.3):

Таблиця 2.3

**Фінансові результати діяльності ТОВ «Машзавод» 2019-2021 рр.
(наведено за даними первинної фінансової звітності), тис. грн**

Показники	Роки			Абсолютне відх	Відносне відх
	2019	2020	2021		
Чистий дохід від реалізації продукції	19464,00	4483,00	6362,00	-13102	0,33
Собівартість реалізованої продукції	17663,00	2552,00	4791,00	-12872	0,27
Інші операційні доходи	633,00	61,00	117,00	-516	0,18
Чистий прибуток	103,00	169,00	-218,00	-321	-2,1

Як видно з табл. 2.3 протягом 2019-2021 року показники діяльності ТОВ «Машзавод» зазнали негативних змін. За цей час собівартість реалізованої продукції зросла майже у двічі. Також негативно вплинуло зменшення рівня операційних доходів на 196,9 %. Рівень прибутковості зменшився на 130 %.

Велике значення для самостійності та незалежності підприємства має власний капітал. Якщо частка власного капіталу зростає, то для кредиторів та інвесторів це краще, оскільки у них є впевненість, щодо повернення своїх вкладень. Отже, аналіз структури фінансових ресурсів доцільно провести за трьома показниками, що розраховані для підприємства: коефіцієнтом фінансової незалежності (коефіцієнтом автономності, коефіцієнтом власності), розраховується як відношення власного капіталу до загального капіталу (валюти балансу) [18;22]:

$$K_{\text{фн}} = (BK / ВБ) * 100 \quad (2.1)$$

де: $K_{\text{фн}}$ - коефіцієнт фінансової незалежності;

БК – власний капітал;

ВБ – загальний капітал (валюта балансу);

коефіцієнт фінансової залежності, який характеризує частку боргу у загальному капіталі, розраховується як відношення позикового капіталу до загального капіталу (валюти балансу):

$$K_{\text{фз}} = (ПК / ВБ) * 100 \quad (2.2)$$

де: $K_{\text{фз}}$ – коефіцієнт фінансової залежності;

ПК – позиковий капітал;

ВБ – загального капіталу;

коефіцієнт фінансового ризику (плече фінансового важеля), який розраховується відношенням позикового капіталу до власного:

$$K_{\text{фр}} = (ПБ / ПК) * 100 \quad (2.3)$$

де: $K_{\text{фр}}$ – коефіцієнт фінансового ризику (плече фінансового важеля).

ПК – позиковий капітал;

ВК – власного капіталу.

Розраховані вищеперераховані показники ТОВ «Машзавод» представлені у табл. 2.4:

Таблиця 2.4

**Динаміка показників ефективності використання пасивів ТОВ
«Машзавод» за 2019-2021 рр. , %**

Показники	Роки		
	2019	2020	2021
Коефіцієнт фін. незалежності	1,46	4,39	2,52
Коефіцієнт фін. залежності	98,54	95,61	97,48
Коефіцієнт фін. ризику (плече фінансового важеля)	6761,58	2179,94	3860,99

Отже, це перша група показників ефективності використання капіталу ТОВ «Машзавод». Впродовж 2019-2021 років на за рахунок збільшення частки власного капіталу у фінансових ресурсах підприємства; коефіцієнт фінансової залежності навпаки має тенденцію до зменшення за рахунок зменшення частки позикового капіталу у фінансових ресурсах підприємства. Зменшення коефіцієнта фінансової незалежності та збільшення коефіцієнтів фінансової залежності та фінансового ризику свідчать про не стійкий фінансовий стан. Таким чином, провівши проміжні розрахунки вищезгаданих коефіцієнтів (табл. 2.4), отримали наступні результати: коефіцієнт фінансової незалежності у 2019 році та коефіцієнт фінансової має низьке значення на рівні 20%. Це означає, що підприємство здатне профінансувати 20% активів за рахунок власного капіталу. Цей показник важливий як для власників, так і для кредиторів компанії. Низьке значення показника буде сигналізувати про високий рівень ризиків і низьку стійкість компанії в середньостроковій перспективі.

Наступним, вважаємо за потрібне розрахувати показники другої групи рівня ефективності використання капіталу прибутковості

(дохідності, рентабельності). Для цього проаналізуємо фінансові показники ТОВ «Машзавод» (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Динаміка показників ефективності використання прибутковості
капіталу ТОВ «Машзавод» за 2019-2021 рр. , %**

Показники	Роки		
	2019	2020	2021
Прибутковість загального капіталу (чистий прибуток/середню суму заг. капіталу)	0,01	0,02	-0,03
Прибутковість оборотного капіталу (чистий прибуток/середня сума обор. капіталу)	0,01	0,02	-0,03
Прибутковість власного капіталу (чистий прибуток/середня сума влас. капіталу)	0,44	0,62	-0,87
Прибутковості реалізації продукції (чистий прибуток/виручка від реалізації)	0,01	0,04	-0,03
Оборотність капіталу (виручка від реалізації/середня сума загального капіталу)	2,15	0,42	0,92

Аналіз прибутковості досліджуваного підприємства за 2019-2021 роки прибутковості загального капіталу свідчить про її незначну динаміку (-0,04), що знову ж таки свідчить про зменшення чистого прибутку ТОВ «Машзавод». Дещо вирівняла свої позиції оборотність капіталу з 0,% у 2020 році до 0,92 % у 2021 році.

Останньою групою показників, вважаємо показники ліквідності або платоспроможності. Адже, підприємство вважається ліквідним, якщо його поточні активи перевищують короткострокові зобов'язання. Підприємство може бути ліквідним більшою або меншою мірою, або у нього взагалі може бути відсутня ліквідність. Для оцінки реального ступеня ліквідності підприємств спочатку доцільно здійснити аналіз ліквідності балансу. Для визначення ліквідності балансу варто порівняти підсумки з кожної групи активів і пасивів. Баланс вважається абсолютно ліквідним, якщо виконуються умови: $A1 \geq П1$; $A2 \geq П2$; $A3 \geq П3$; $A4 \leq П4$.

При аналізі ліквідності використовуємо такі показники (табл. 2.6):

Таблиця 2.6

**Розрахунок коефіцієнтів фінансового стану
ТОВ «Машзавод» за 2021 р.**

Фінансовий показник	Формула для розрахунку	Нормат. значення	Значення показника
1.Коеф. поточної (загальної) ліквідності (Кл)	Обігові кошти/ Короткотермінові зобов'язання	> 1	1,02
2. Коефіцієнт швидкої (термінової) ліквідності (Кшл)	Обігові кошти – запаси /Короткотермінові зобов'язання	> 0,7	0,58
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Кал)	Грошові кошти та поточні фінансові інвестиції / Короткотермінові зобов'язання	>0.2	0,01
4 . Коефіцієнт фінансової незалежності "автономії" (Кавт	Джерела власних коштів/ Підсумок балансу	>0,5	0,03
5. Коефіцієнт загальної заборгованості (Кз.з)	Позикові кошти/ Підсумок балансу	< 0,5	0,98
6. Коефіцієнт оборотності активів (Ко.а)	Чиста виручка від реалізації продукції/ Середня вартість активів	Збільшення	0,92
7. Коефіцієнт оборотності оборотних активів (Ко.о.а)	Чиста виручка від реалізації продукції/ Середня вартість оборотних активів	Збільшення	0,93
8. Рівень рентабельності підприємства (Ра)	Чистий прибуток / Середня вартість активів	Збільшення	-0,03
9.Рівень рентабельності продукції (Рп)	Чистий прибуток / Чиста виручка від реалізації продукції	Збільшення	-0,03
10. Коефіцієнт забезпечення власними коштами основного капіталу (Кзкоз)	Джерела власних коштів – основні засоби / Сума оборотних коштів	>0,1	0,02
11.Коефіцієнт забезпечення власними оборотними капіталу (Кзк)	Джерела власних коштів - необоротні активи / Сума оборотних коштів	>0,1	0,17

1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Кал). Визначається відношенням найбільш ліквідних активів (А1) до поточної кредиторської заборгованості підприємства (П1 + П2) [40, с. 172]:

$$\text{Кал} = \text{А1} / \text{П1} + \text{П2} \quad (2.4)$$

Коефіцієнт є найбільш жорстким критерієм платоспроможності та ліквідності підприємства і показує, яку частину короткострокової заборгованості воно може погасити в поточний момент або найближчим

часом. Теоретично достатнім вважається, якщо, Кал вище 0,2 0,35. Це означає, що на 20 % 35 % підприємство може в поточний момент погасити всі свої короткострокові борги та платоспроможність вважається нормальною.

На досліджуваному підприємстві даний показник низький, що вийшов за межі норми за рахунок зменшення найбільш ліквідних активів підприємств. Зниження коефіцієнта абсолютної ліквідності свідчить про погіршення кредитоспроможності підприємства порівняно з 2016-2018 роками.

1. Коефіцієнт швидкої (проміжної, суворої) ліквідності (Кшл):

$$K_{шл} = A1 + A2 / П1 + П2 \quad (2.5)$$

Даний коефіцієнт надає можливість оцінити можливість погашення підприємством короткострокових зобов'язань у випадку його критичного стану. Теоретичне найнижче значення цього показника 1, найвище 2. Низьке значення коефіцієнта швидкої ліквідності свідчить про низький рівень кредитоспроможності підприємства в 2019 – 2021 роках.

Узагальнюючим показником ліквідності є коефіцієнт покриття (Кп), або загальний коефіцієнт ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності.

$$K_{п} = A1 + A2 + A3 / П1 + П2 \quad (2.6)$$

Коефіцієнт вимірює загальну ліквідність і показує, якою мірою поточні кредиторські зобов'язання забезпечуються поточними активами, тобто скільки грошових одиниць поточних активів припадає на одну грошову одиницю поточних зобов'язань. Теоретичне значення цього показника 1,5 2,5. У 2021 році показник знаходився у межах норми на ТОВ «Машзавод».

Рівень ліквідності підприємства залежить від його прибутковості, але однозначний зв'язок між цими показниками простежується тільки в довгостроковому періоді. У майбутніх періодах висока прибутковість є

передумовою належного рівня ліквідності. Підприємство з непоганою прибутковістю може мати низьку ліквідність внаслідок значних виплат власникам, ненадійності дебіторів тощо. Отже, це третя група показників платоспроможності для оцінювання фінансового потенціалу підприємств.

Отже, вплив різноманітних факторів стимулює застосування конкретного набору інструментів реінжинірингу, що покликані вирішити проблеми на даному етапі. Це надає підстави для виділення класифікаційних ознак реінжинірингу, що відповідають певним етапам життєвого циклу підприємства: для етапів становлення та розвитку реінжиніринг не передбачений, так як підприємство тільки починає функціонування своєї виробничо-комерційної діяльності. Для етапу зрілості застосовуємо перманентний реінжиніринг бізнес-процесів та для етапу спаду першочерговий реінжиніринг бізнес-процесів. Класифікація реінжинірингу надає можливість структурувати підприємства за поточним станом виробничо-комерційної діяльності. Реалізація цілей підприємства базується на застосуванні конкретного виду реінжинірингу. Отже, так як проаналізовані підприємства знаходяться на етапі зрілості та спаду, то доцільно використовувати поступовий реінжиніринг для ТОВ «Машзавод».

2.3. Аналіз ефективності фінансування інноваційних проектів з використанням краудфандингу

Найбільш відомою краудфандінговою платформою в світі є платформа Kickstarter (США). Платформа була створена в 2009 році і працює за принципом «Все або нічого». Як форму для винагороди використовується не фінансова винагорода, а як проекти можна розміщувати тільки комерційні проекти з будьякої сфери діяльності. Всі проекти перед розміщенням

проходять попередню експертизу. Цим пояснюється високий показник вдалого збору коштів для фінансування ІІ — 45% від загальної кількості розміщених проектів. Термін розміщення проекту на платформі до 60 днів. Вдалі проекти встигають за цей проміжок зібрати кілька мільйонів, а іноді, і десятків мільйонів доларів [7; 17].

Найбільшими українськими стартапами, які були профінансовані за допомогою Kickstarter, стали LaMetric (зібрано 369 тис. дол.), Petcube (251 тис. дол.), iBlazr (156 тис. дол.). LaMetric — універсальний годинник, розроблений львівською командою, який показує температуру, погоду, новини з бірж тощо. iBlazr — світодіодний спалах для смартфонів та планшетів, який вільно синхронізується з iPhone, iPad та Android. Не менш успішним серед українських проектів став стартап Petcube, який призначений для дистанційного спілкування з домашніми тваринами. Його засновниками стали А. Нескін, А. Клен та Я. Ажнюк. На Kickstarter проект Petcube з'явився в 2013 р. За словами Я. Ажнюка, підготовка інноваційного проекту зайняла майже 14 місяців. За короткий термін часу проекту вдалося акумулювати 3,8 млн. дол. інвестицій. Нині компанія має офіси в Києві, Сан-Франциско, Шеньчжені, а їх вироби реалізуються найбільшими торговельними мережами BestBuy, Amazon, Petco [16; 33].

Senstone — технологічний приклад, який схожий на чорний кулон, що дає змогу перетворювати голосові сигнали у текст. Львівський проект уже зібрав 154 722 дол. від 1 481 інвестора, хоча початково планувалося отримати лише 50 тис. дол. RollSpin — одеський стартап, що пропонує антистресову дзигу. Цей проект зібрав близько 17 тис. дол. від 320 донорів [29; 30].

Перевагою цього краудфандингового майданчика є гнучке фінансування, коли реципієнт отримує зібрану суму навіть за умови, коли запланована мінімальна сума не була отримана. Крім того, на Indiegogo нещодавно з'явилася опція «безкінечний краудфандинг», коли не вказується крайній термін завершення кампанії. Найбільш успішними проектами

Indiegogo стали смартфон Ubuntu Edge (понад 13 млн. дол), вулик Flow Hive (11,32 млн. дол.), розумний шолом Skully (2,8 млн. дол.), сімейний робот Jibo (2,3 млн. дол.) [5; 16].

Загалом на території України краудфандинг є достатньо новим феноменом. Проте останнім часом з'явилося кілька власних вітчизняних краудфандинг-майданчиків. Їх поява стала можливою через відродження традицій меценатства, поступову відмову від пострадянських звичок патерналізму, надмірної споживацької поведінки та пасивної громадянської позиції тощо. Одним із найбільш успішних майданчиків краудфандингу в Україні є biggggidea.com [12, 16]. Він був створений у 2009 р. для обміну ідеями між соціально активними людьми, тому й отримав назву Big Idea. У 2012 р. Big Idea запустив краудфандингову платформу «Спільнокошт», яка стала першим майданчиком колективного фінансування в Україні. На платформі розміщують проекти у сфері охорони здоров'я, освіти, літератури, спорту, музики, науки, професійних подорожей та журналістики. Люди переважно фінансують проведення фестивалів, громадське телебачення, радіо, документальні та медичні проекти, міські інновації. Найбільший успіх тут мають проекти соціального підприємництва, які формують соціальний капітал суспільства та дають змогу отримати дохід його розробникам. Зрозуміло, що тут обсяг коштів можна акумулювати значно менший порівняно із зарубіжними платформами, проте можна оцінити попит на інноваційний продукт [19; 23].

У лютому 2014 року почала свою роботу ще одна українська краудфандінгова платформа Na(Starte. Вона призначена для збору коштів на проекти сфері наукових досліджень, спорту, мистецтва. Працює за принципом "Все або нічого", проекти повинні бути результатом особистої праці автора і як форма винагороди використовується не фінансова винагорода. На користь самої платформи "На старті" із загальної суми відраховується 8% плюс податки [26; 28].

Українська краудфандінгова платформа GoFndEd для освітніх проектів була створена у 2016 році, де усі бажаючи вчителі мають можливість опублікувати свій проєкт і обираються ті проєкти, які заслуговують довіри. По завершенні проєкту, автори надсилають фінансовий та змістовий звіт ІП. Якщо проєкт не зібрав необхідної суми, то кошти повертаються доброчинцям або цими коштами можна підтримати інший проєкт [15; 16].

Прикладом краудфандінгової платформи США, яка орієнтована тільки на певний тип проєктів, є платформа RocketHub. Така платформа орієнтована на ІП у галузі мистецтв. Як модель фінансування використовується модель "Залиш все собі".

Одна з найбільш відомих краудфандінгових майданчиків Європи — Boomerang (Данія). Майданчик заснований у 2009 році і орієнтований на проєкти соціального спрямування. Для фінансування використовується схема «Залиш все собі». Як форма винагороди краудінвесторів використовується схема нефінансової винагороди [41].

Ще однією відомою Європейською краудфандінговою платформою є майданчик Betterplace (Німеччина). Майданчик орієнтований на соціальні проєкти. Для розміщення приймаються будь(які ІП. Як форма винагороди використовується схема без винагороди [21;24].

Однією з найбільших краудфандінгових платформ в Азії є Тайванська Flying V. Ця платформа є азіатським аналогом платформи Kickstarter. Для розміщення приймаються будь-які ІП. Схема фінансування «Все або нічого». Як форма винагороди краудінвесторів використовується схема нефінансової винагороди [41]. Найбільшою китайською краудфандінговою платформою є платформа DemoHour, яка була запущена в 2011 році. Для розміщення приймаються будь(які інноваційні проєкти. Схема фінансування - «Все або нічого». Як форма винагороди краудінвесторів використовується схема нефінансової винагороди [34].

Краудфандинг часто розглядають у контексті загальних інструментів фінансування і часто його відносять до венчурної діяльності чи порівнюють із фінансуванням завдяки «бізнес-ангелам». Проте ці три моделі збору коштів мають певні відмінності, переваги та недоліки. Порівняльна характеристика фінансування за допомогою краудфандингу, завдяки «бізнес-ангелам» та венчурного фінансування зазначена у табл.2.7.

Таблиця 2.7

Порівняльна характеристика інноваційних джерел фінансування проекту

Показники	Джерела фінансового забезпечення діяльності стартапів		
	Фінансування за допомогою краудфандингу	Фінансування за допомогою бізнесангелів	Венчурне фінансування
Часові рамки прийняття рішення інвестором	Швидке рішення (до 1 місяця)	Зважене рішення (понад 1 місяць)	Зважене рішення (понад 1 місяць)
Вартість фінансування для реципієнтів	Комісія 5-10% від суми + частка в капіталі (інколи)	Частка в капіталі + дивіденди	Частка в капіталі + дивіденди
Кількість учасників	Велика кількість донорів	1 або синдикат	Венчурна компанія
Середня сума фінансування проекту (у доларах США)	10 000 - 500 000	25 000 - 200 000 або до 1 000 000	800 000 - 25 000 000
Стадія розвитку об'єкта вкладення коштів	Передпосівна стадія стартапу Посівна стадія стартапу	Передпосівна стадія стартапу Посівна стадія стартапу	Стадія розвитку стартапу; Стадія розширення стартапу; Складні фінансові умови компанії
Інші переваги обраного методу фінансування	Аналіз думок потенційних споживачів	Наставництво і поради	Контакти
Участь інвестора в управлінні	Не бере участі в управлінні	Не завжди бере участь в управлінні	Участь у раді керуючих
Публічність	Інформація про проект доступна у ЗМІ	Інформація про проект недоступна у ЗМІ	Інформація про проект недоступна ЗМІ
Величина ризику для донорів	Низький ризик	Середній ризик	Високий ризик
Термін отримання прибутку	2-3 роки після внесення коштів	2-5 років після внесення коштів	3-7 років після внесення коштів
Мета фінансування для донорів	Особиста зацікавленість у кінцевому результаті проекту + прибуток (інколи)	Прибуток + передача досвіду	Високі прибутки

Перевагами використання краудфандингу для залучення капіталу над фінансуванням за допомогою бізнес-ангелів та венчурним фінансуванням є:

1. Достатньо висока швидкість грошового обігу. Використання краудфандингових платформ дозволяє акумулювати кошти протягом невеликого періоду (30 або 60 днів);

2. Публічність та відвертість. Збір коштів методом краудфандингу дозволяє привернути увагу ЗМІ та підвищити популярність проекту.

Недоліками застосування краудфандингу над вказаними вище моделями є такі:

1. Розміри коштів мають обмежений характер. Найбільші краудфандингові та краудінвестингові платформи є американськими, а, згідно із законодавством США, максимальна сума коштів, що може бути зібрана з використанням таких платформ, становить 1 млн доларів США в рік. Для краудфандингу на основі нефінансової винагороди середньою сумою, що зібрав проект, є близько 10 тис дол. Компаніям, які потребують більше коштів, доведеться звернутися до фінансово-кредитних посередників, інвесторів або бізнес-ангелів.

2. Наявність комісії при фінансуванні. При фінансуванні завдяки «бізнес-ангелам» відсутня виплата відсотків чи комісії, а стартапи, які використовують краудфандингові чи краудінвестингові платформи, повинні сплачувати від 5% до 10% комісійних, щоб отримати зібрані ними гроші.

3. Відсутність наставництва. У порівнянні із фінансуванням «бізнесангелами», за краудфандингу існує можливість втрати цінного керівництва і наставництва. Проте деякі краудфандингові платформи, такі як Indiegogo та Kickstarter проводять консультації та здійснюють підтримку авторів проектів.

Отже, в таких умовах фінансування бізнесу потребує змін та інновацій, тобто краудфандинг стає перспективним інструментом для залучення фінансових ресурсів.

РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КРАУДФАНДИНГУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Концепція державного регулювання систем краудфандингу

У сучасних умовах потреби стимулювання діяльності представників малого та середнього бізнесу стають важливими інноваційні підходи до залучення капіталу. Ось чому державне регулювання краудфандингу потребує значної уваги як науковців, так і органів державної та місцевої влади.

Державне регулювання краудфандингу є необхідним для економічного розвитку країни, проте важливо використовувати лише адекватні інструменти впливу, адже надмірне контролювання та регулювання краудфандингової діяльності може призвести до закриття українських краудфандингових платформ та значну міграцію робочої та інтелектуальної сили, представники якої і виступають у якості як авторів проектів, так і донорів.

Метою державного регулювання систем краудфандингу є забезпечення розроблення ефективного державного регулювання та створення сприятливих умов для розвитку краудфандингової діяльності, а саме: створення та підвищення ефективності діяльності краудфандингових платформ, легалізація доходів авторів краудфандингових проектів, мотивування індивідуумів до участі в краудфандингових проектах тощо.

Суб'єктом, тобто керівною підсистемою державного регулювання краудфандингової діяльності вважається держава, що реалізує прямий управлінський вплив на системи краудфандингу через центральні та місцеві органи державної влади.

Керованою підсистемою є об'єкт державного регулювання, тобто краудфандингова діяльність, краудфандингові платформи, взаємодія між авторами краудфандингових проектів та донорами, що їх підтримують. Для

досягнення поставлених цілей та завдань управлінський вплив доцільно розглядати як дії суб'єкту управління, спрямовані на здійснення зміни характеристик об'єкту державного управління. У досліджуваному випадку це дії центральних та місцевих органів державної влади щодо краудфандингової діяльності для створення сприятливого середовища та умов, що забезпечують ефективне функціонування і розвиток такої діяльності (рис. 3.1):

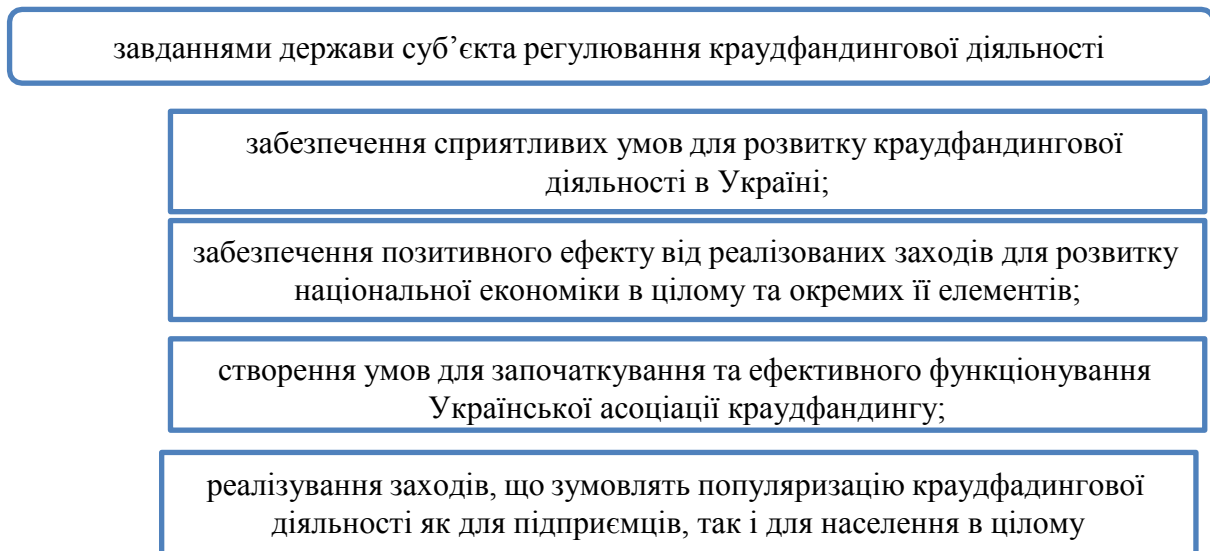


Рис. 3.1. Основні завданнями держави як суб'єкта регулювання краудфандингової діяльності

Важливим наслідком реалізування запропонованих завдань стане позитивна динаміка значень основних макроекономічних, структуроутворюючих та соціальних показників держави, зокрема валового внутрішнього продукту, валового національного продукту, рівня зайнятості, рівня підприємницької активності, рівня інноваційної активності тощо, а також зменшення показників еміграції висококваліфікованих кадрів, рівня безробіття та інших.

Основними критеріями якісного державного регулювання системи краудфандингу варто вважати:

- забезпечення державних гарантій захисту прав учасників системи краудфандингу;

- створення сприятливих умов для розвитку краудфандингової діяльності;
- зниження кількості перешкод зі сторони центральних і місцевих органів державної влади щодо реєстрування та функціонування краудфандингових платформ, умов здійснення краудінвестингових та краудлендингових проектів;
- існування відповідної нормативно-правової бази, що регулює краудфандингову діяльність;
- наявність відповідних спрощених систем оподаткування для ефективного функціонування усіх типів краудфандингових проектів, що здійснюються на основі фінансової винагороди;
- існування особливих систем оподаткування доходів реципієнтів краудфандингових проектів, що базуються на благодійних засадах та нефінансовій винагороді донорів;
- постійна та суттєва динаміка кількості учасників краудфандингової діяльності, кількості краудфандингових проектів, частки успішно реалізованих краудфандингових кампаній, обсягу фінансових ресурсів залучених за допомогою краудфандингу тощо.

Краудінвестинг має на меті винагородження донорів за допомогою сертифікатів акцій. Такі сертифікати акцій регулярно видаються інвесторам як альтернатива традиційним акціям. Основними перевагами є такі:

1. Компанія матиме можливість проводити збори акціонерів, не будучи зобов'язаною запрошувати публічних посередників на ці збори, оскільки вони представлені одним або кількома представниками;
2. Не потрібно залучати нотаріуса цивільного права для видачі та передачі сертифікатів акцій, що було б обов'язковим, якщо б використовувалися звичайні акції.

Особливостями інструментів регулювання краудфандингової діяльності є те, що їх зміст спрямований на існуючих та потенційних

підприємців, що є авторами проектів, та донорів, що зможуть підтримати фінансово проект, а також вони містять пріоритети та елементи стратегії держави, оскільки спрямовані безпосередньо на досягнення цілей розвитку держави.

До інструментів державного регулювання краудфандингової діяльності ми пропонуємо включити наступні:

1. Удосконалення нормативно-правової бази;
2. Стимулювальна податкова політика та податкові пільги для реалізації краудфандингових проектів;
3. Забезпечення механізму розвитку стартапів, інноваційної інфраструктури, бізнес-інкубаторів та акселераторів;
4. Розроблення та впровадження механізму поширення інформації про краудфандинг (створення Асоціацій, державних офісів тощо);
5. Створення передумов та регулювання співпраці з міжнародними та українськими краудфандинговими Інтернет-платформами;
6. Забезпечення соціальних гарантій.

З метою розвитку краудфандингової діяльності та підвищення рівня легалізації необхідно розробити та впровадити стимулювальну політику, яка має включати систему заходів та податкових пільг для досягнення позитивного економічного і соціального ефекту від розвитку краудфандингової діяльності. Ми пропонуємо наступні податкові пільги для учасників краудфандингової діяльності:

- нульова ставка оподаткування в період участі в бізнес-інкубаторі чи бізнес акселераторі;
- нульова ставка оподаткування доходів учасників краудфандингового проекту до певної визначеної суми, наприклад до 1 тис. доларів.

Така податкова пільга допоможе мотивувати потенційних учасників проекту починати таку діяльність, оскільки автори краудфандингових проектів на початку своєї діяльності не отримують доходів. Тому не доцільно

впроваджувати дану пільгу на конкретний термін з початку діяльності. Запропоновані податкові пільги максимально спростять започаткування краудфандингової діяльності, а також забезпечать легкий вихід із неї, якщо учасники проекту не зможуть отримувати бажаний дохід та ефективно організовувати процес розвитку краудфандингової діяльності. Тому із запровадженням таких пільг рівень легалізації краудфандингу буде зростати.

Досвід розвинених країн демонструє, що для економіки важливим є не лише наявність таких підприємств, а й оптимальне співвідношення між великими, середніми та малими підприємствами. Малий бізнес є одним з найбільш динамічніших елементів народного господарства. Він дозволяє зменшити дисбаланс на деяких товарних ринках, скоротити рівень безробіття, створити додаткові робочі місця. Особливо це характерно для країн, які реформували власні економічні системи. Підтримка малого підприємництва державою є дозволяє їм бути більш інноваційними, мати високий професійного досвіду та якісно новий рівень підприємницької діяльності.

Однією із головних причин гальмування розвитку малого підприємництва в Україні є обмеженість або повна відсутність матеріальних та фінансових ресурсів, що спричинені в першу чергу військовими діями.

Таким чином, важливим інструментом державного регулювання краудфандингової діяльності є створення передумов та регулювання співпраці з міжнародними та українськими Інтернет-платформами, тобто узгодження умов співпраці, складання договорів та співпраця з найбільшими Інтернет-платформами України та світу, інтеграція проектів на різних Інтернет-платформах; інформаційна підтримка авторів краудфандингових проектів в процесі їх роботи тощо.

3.2. Аналізування зарубіжного досвіду використання краудфандингу

Краудфандинг активно розвивається в багатьох країнах світу і обсяги таких операцій щороку збільшуються. Відповідно до даних, зазначених у звіті однієї з найвпливовіших консалтингових фірм, починаючи з 2012 р., загальний світовий обсяг коштів, зібраних методом краудфандингу, подвоюється щороку. У 2021 р. сумарне грошове вираження усіх краудфандингових операцій дорівнювало близько 34 мільярдам доларів (рис. 3.2) [24; 31; 34].

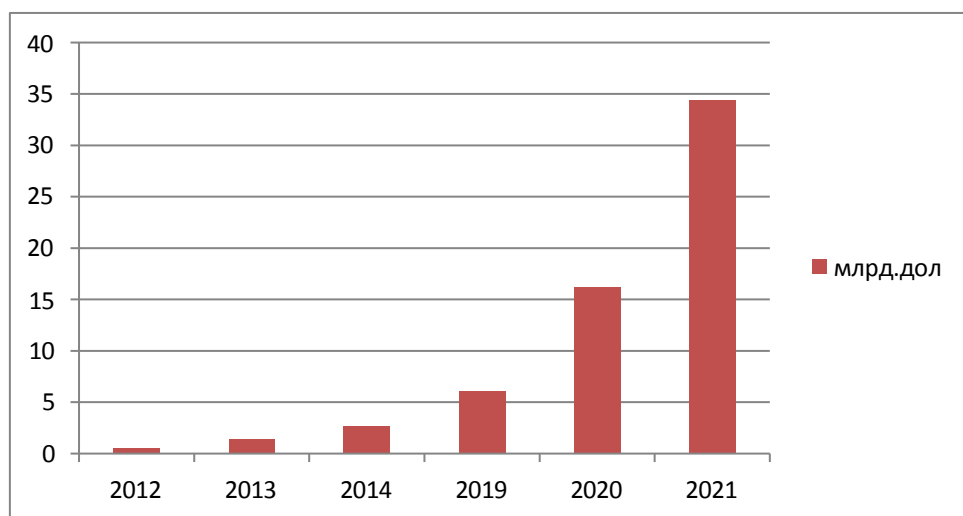


Рис. 3.2. Динаміка обсягів краудфандингових операцій у світі, млрд. дол. США, 2012-2021 рр.

У економічно розвинутих державах світу краудфандинг став поширеним та ефективним інструментом акумулювання фінансових ресурсів для малих і середніх підприємств та підприємців. Так, згідно зі звітом Світового Банку за кількістю активних краудфандингових платформ лідирують такі країни: Сполучені Штати Америки, Об'єднане Королівство Великобританії, Франція, Канада, Нідерланди, Іспанія, Німеччина. Загальна кількість краудфандингових платформ по регіонах показує, що найбільша їх кількість створена та функціонує у країнах ЄС, проте за обсягами зібраних коштів лідирує Північна Америка (рис. 3.3) [12].

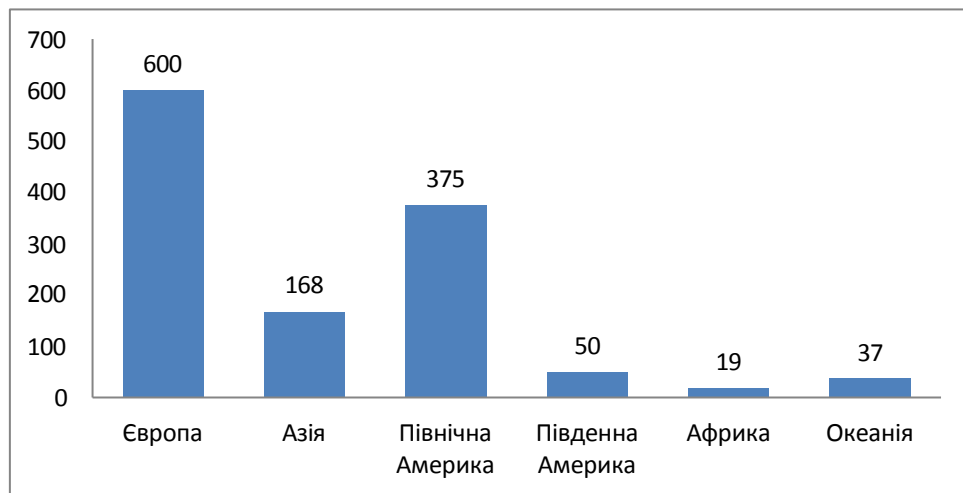


Рис. 3.3. Кількість краудфандингових платформ в усьому світі станом на січень 2021р. по регіонах

Платформа спільного фінансування «ArtistShare» займалась музичною індустрією і збирала кошти на записи альбомів різних виконавців за допомогою фінансової участі їх прихильників. У 2005 р. утворилася нова платформа «EquityNet», що допомагала стартапам і компаніям залучати капітал від інвесторів. Ця платформа є представником акціонерного краудфандингу або ж краудінвестингу. Після успішного досвіду цих платформ у США активно почали створюватися десятки нових платформ, найбільш відомими з яких є «IndieGoGo» (2008 р.) і «Kickstarter» (2009 р.).

Обсяг краудфандингових операцій у США продовжує стрімко зростати у середньому на 20% щороку. Так у 2018 р. обсяг операцій становив 642 млн \$, у 2019 р. - 819 млн \$, у 2020 р. - 959 млн \$. Також продовжує зростати кількість зареєстрованих на краудфандингових платформах проектів: 2018 р. – 140 961 проект, 2019 р. – 168 486 проектів та у 2020 р. прогнозують збільшення до 184 905 проектів (середній темп приросту +114,53%).

На тлі зростаючого попиту на краудфандингові операції в США почали відкриватися спеціалізовані інвестиційні фонди, що займаються вкладенням коштів некваліфікованих інвесторів у інноваційні стартапи. Наприклад, спеціалізований інвестиційний фонд однієї з краудфандингових платформ eREIT всього за кілька годин після запуску залучив 2 млн. дол. США, після

чого він відразу припинив прийом нових заявок, запропонувавши цим інвесторам записатися в електронну чергу.

Згідно з даними звіту Світового банку, частка реалізованих проектів у сфері бізнесу та підприємництва у світі зростає. Так, у 2020 р. вона дорівнювала 31% від обсягу усіх реалізованих проектів, а у 2021 р. вона збільшилась на 10% (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Розподіл проектів, реалізованих методом краудфандингу (за напрямками діяльності)

Щодо країн ЄС, то Франція є однією з перших, де створено краудфандингові платформи. Сьогодні у Франції нараховують близько 140 платформ і вона займає третє місце у світі за кількістю активних краудфандингових платформ та перше в Європі за обсягами коштів, акумульованих завдяки краудфандингу (рис.3.5).

У Франції відчувається значна підтримка краудфандингу з боку уряду, суспільства та громадськості. Франція займає третє місце у світі за кількістю активних краудфандингових платформ. Аналіз досвіду розвитку краудфандингу у цій країні є важливим і дозволить зробити певні висновки та рекомендації для впровадження краудфандингової діяльності в Україні. За кількістю глобальних конкурентоспроможних компаній Франція очолює список країн ЄС в рейтингу Fortune 500. На неї припадає 32 компанії, стільки ж у Німеччині, але при цьому чисельність населення Франції є меншою на

25%. Крім цього, згідно з Startup Genome Report, Париж займає 11 місце в світі (друге – в Європі, першим вважається Лондон) як найбільш багатообіцяюча і сприятлива екосистема для стартапів.

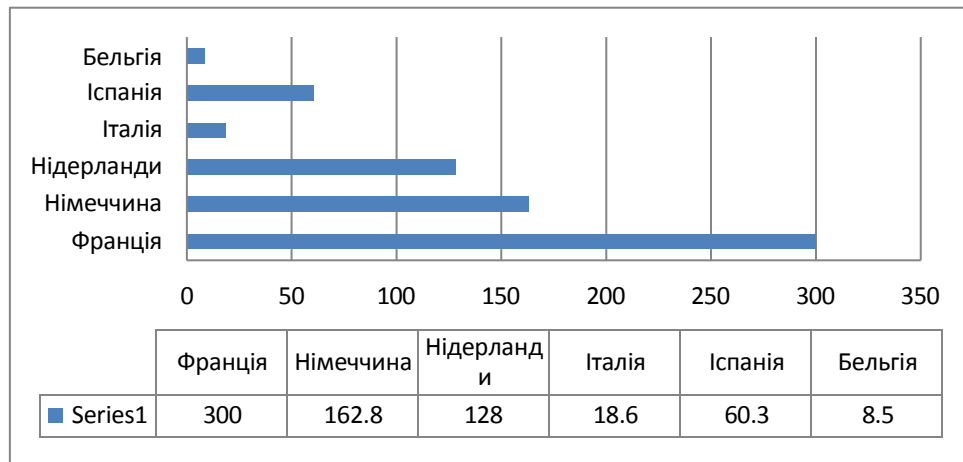


Рис. 3.5. Обсяг коштів, залучених краудфандингом у країнах ЄС, 2021 р., у млн .євро

Щороку кількість проектів, що досягають початкової фінансової цілі збільшується. Так, згідно з даними французької краудфандингової платформи Kisskissbankbank.com, відсоток успішних краудфандингових проектів зріс з 34% у 2018 до 70% у 2021 р.

Другою європейською державою за обсягами краудфандингових операцій стала Німеччина, потенційний ринок якої є найбільшим в ЄС з числом споживачів, що перевищує 82 млн. людей. Краудфандингова діяльність у Німеччині динамічно розвивається. Єдиною перешкодою на шляху розвитку краудфандингу в Німеччині стала наявність нормативних актів, що обмежують сферу застосування даної моделі фінансування. У 2018 р. краудфандингові платформи співпрацювали лише із зареєстрованими інвесторами і дозволений обсяг операцій не міг перевищувати 100 тис. євро.

У Нідерландах започаткування краудфандингу пов'язують із створенням у 2006 р. краудфандингової платформи «Sellaband». У 2010 р. було запущено декілька Р-2-Р бізнес-платформ, а у 2011 р. створено першу платформу, що займалась акціонерним краудфандингом. Зазначимо, що Р-2-Р

кредитування бізнесу займає найбільшу частку обсягів краудфандингових операцій на голландському ринку.

У 2021 р. успішні бізнес-проекти одержали фінансування у розмірі 192,7 млн євро, або в середньому на 1 проект 102 тис. євро. Проекти з мистецтва фінансувались в середньому на 15 тис. євро, і загальна сума фінансування складає 14,4 млн. євро. Соціальні проекти, які збирали гроші на ігрові майданчики, шкільні ініціативи тощо, отримали 13,1 млн. євро або в середньому 6 тисяч євро за проект. Тим часом 2,8 млн. євро було залучено завдяки краудлендингу.

Стрімкий розвиток краудфандингової діяльності у Великобританії забезпечився активною підтримкою зі сторони уряду. Альтернативне фінансування набуло широкого поширення в країні завдяки концепції, впровадженій платформою Zora ще десятиліття тому. Народне кредитування сьогодні входить в мейнстрим, а краудінвестинг стає все більш популярним, завдяки новим нормативам, що гарантує безпеку інвесторів. У 2020 р. Управління з фінансового регулювання і нагляду Великобританії почало збір інформації та пропозицій про те, які аспекти слід включити в збірник правил інвестиційного і позикового краудфандингу.

Отже, Загалом у 2020 р. в країнах ЄС налічувалось понад 300 краудфандингових платформ, серед яких 127 платформ (41%) займались краудфандингом з нефінансовою винагородою, 63 платформи (20%) дозволяли розмішувати проекти для краудфандингу без будь-якої винагороди, 60 платформ (19%) здійснювали операції із акціонерного краудфандингу (або краудінвестингу), 52 (17%) орієнтовані на краудлендинг або Р-2-Р кредитування. Крім цього у 2020 р. налічувалось чотири краудфандингові платформи, що не можна віднести до одного з вище перелічених типів краудфандингу: 2 з них займались збором коштів для підприємств, що мають на меті допомогти певній громаді, інші платформи організовували обмін частками у краудфандингових проектах.

ВИСНОВКИ

Пріоритетним завданням українського уряду на сьогодні є забезпечення фінансування інноваційного процесу, для чого необхідно створити ефективний ринковий механізм використання кредитних і фінансових ресурсів, що передбачає розробку та реалізацію системи заходів з активізації інвестиційної діяльності комерційних банків та інших фінансових посередників, їх зацікавлення у довгостроковому кредитуванні, а також застосування поряд з кредитами таких способів фінансування інноваційних проектів, як франчайзингу, лізингу, факторингу та форфейтингу, що створюватиме необхідні умови для переміщення доходів з низькотехнологічних сегментів економіки у високотехнологічні, та сприятиме переходу до моделі інноваційного розвитку економіки та підприємництва.

Особливе значення для розвитку високотехнологічних та інноваційних стартапів має акціонерний краудфандінг або краудінвестінг, що дозволяє інвесторам отримувати частину прибутку або частку в бізнесі.

В роботі досліджено та розвинуто понятійний та термінологічний апарат щодо краудфандингу, зокрема визначено поняття «краудфандинг», «система краудфандингу», «краудфандингова діяльність», «краудфандинговий проект», «краудфандингова платформа».

Систематизовано та проаналізовано переваги та недоліки краудфандингу як метода акумулювання коштів. Серед основних переваг для реципієнтів варто виокремити такі: значний потенційний обсяг фінансування; забезпечення можливості оцінювання потенціалу новоствореного підприємства; безкоштовне аналізування та можливість вдосконалення потенційного продукту споживачами; створення клієнтської бази; невисока вартість залученого капіталу; реципієнт залишається власником бізнесу та

єдиним, хто контролює реалізацію проекту в усіх випадках, крім краудінвестингу.

Охарактеризовано відмінні риси та цілі даного фінансового інструменту; фактори, що стимулюють його розвиток; а також етапи реалізації. Аналіз статистичної інформації доводить перспективність і важливість досліджуваного інструменту фінансування інновацій. Систематизовані переваги та недоліки краудінвестингу, як для інвесторів, так і для ринку в цілому; а також виявлені потенційні можливості використання краудінвестингу для фінансування інноваційних ідей.

Серед ключових суб'єктів моделі процесу виконання краудфандингового проекту є представники державних та місцевих органів влади, а також некомерційні організації. Основними функціями органів державної та місцевої влади є: встановлення «правил гри» для учасників краудфандингової діяльності та контроль за їх виконанням, регуляторна функція, що полягає у моніторингу стану систем краудфандингу, аналізі їх показників розвитку та впровадження дій з метою усунення недоліків та різноманітних відхилень, законодавче забезпечення, в тому числі і податкове, інформаційна функція, тобто визнання державою цього новітнього способу акумулювання коштів на рівні із іншими фінансовими інструментами.

У роботі здійснено аналіз не лише чинників, а й тенденцій систем краудфандингу у світі як на глобальному рівні, так і на рівні окремих держав. Зокрема, досліджено досвід Сполучених Штатів Америки, Великобританії, Франції, Нідерландів, Німеччини, Чехії, Польщі та Румунії. Реалізовано регресивний аналіз основних показників краудфандингової діяльності у світі та розроблено основні й модифіковані моделі залежностей кількості краудфандингових платформ, обсягу коштів, закумульованих за допомогою краудфандингу та кількість фінансових ресурсів, отриманих завдяки одній краудфандинговій платформі від фактору часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1.Баб'ячок Р.І., Кульчицький І.І., 2018. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні - проблеми, перешкоди і можливості. URL : <https://www.civic-synergy.org.ua/wpcontent/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-tartapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf> (дата звернення 25.11.2024).
- 2.База даних Світового Банку URL : <https://data.worldbank.org/indicator> .
- 3.Барилук, І.В. та Рубаха, М.В., 2013. Діагностика впливу факторів економічного середовища на формування фінансового капіталу компаній. Фінанси України, 9, с. 104-117.
- 4.Благун, І.С., 2011. Математичні методи в економіці, с. 259-260.
- 5.Богма, О.С. та Павлова, А.С., 2012. Особливості управління фінансовими ресурсами вітчизняних підприємств. Вісник Запорізького національного університету, 1(13), с. 195–199.
- 6.В Україні запустили офіційний портал програми ЄС з підтримки малого та середнього бізнесу. УНІАН. URL : <https://www.unian.ua/eurobusiness/2254004-v-ukrajini-zapustili-ofitsiyniyportal-programi-es-z-pidtrimki-malogo-ta-serednogo-biznesu.html> (дата звернення 27.11.2024).
- 7.Васільєва, Л.М.,2010. Інструменти державного регулювання аграрного сектора економіки. Державне управління: удосконалення та розвиток, 10. URL : <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=350> (дата звернення 25.12.2024).
- 8.Гернего, Ю., 2015. Краудфандинг як інструмент інноваційного розвитку економіки. Антикризове управління економікою України: нові виклики: III Міжнародна науково–практична Інтернет–конференція, с. 29-34. URL : http://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/kmdu%20fetau/2015/Conf_KNEU_15-17_12_2015.pdf (дата звернення 15.12.2024).

9. Гомба Л. А., Федорова, В. О. До питання сутності категорії економічної безпеки. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2013. Економічні науки. Вип. (4). С.10-13.

10. Дибя, О.М. і Гернего, Ю.О., 2015. Краудфандинг: теорія та можливості використання в Україні. URL : <http://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/17559?mode=full> (дата звернення 05.12.2024).

11. Дуб, А.Р. та Хлопецька М.-С.Б., 2016. Джерела фінансування стартапів та можливості їх залучення в Україні. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 1, с. 87-92. URL : https://www.researchgate.net/publication/308986301_FINANSUVANNA_STARTAPIV_TA_MOZLIVOSTI_IH_ZALUCENNA_V_UKRAINI_SOURCE_S_FOR_STARTUPS_FINANCING_AND_OPPORTUNITIES_FOR_THEIR_INVOLVMENT_IN_UKRAINE_DZERELA (дата звернення 15.01.2025).

12. Звіт «Загальні тенденції тіньової економіки в Україні», 2018. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL : <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinovoiEkonomiki> (дата звернення 04.01.2025).

13. Інформаційна база даних Міністерства фінансів України. [URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/debtgov/>] (дата звернення 16.12.2024).

14. Карий, О.І. та Панас Я.В., 2016. Краудсорсинг як інструмент менеджменту: приклади вирішення місцевих проблем. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління», 847, с. 213-219.

15. Карий, О.І., 2016а. Мотиви добровольців до участі в проектах краудсорсингу. Управління інноваційним процесом в Україні: економічні, соціальні та політичні трансформації: VI Міжнародна науково-практична конференція, Львів, Україна, 19-21 травня 2016 р.

16. Кириченко, С.О. та Корінна, Н.О., 2010. Проблеми розвитку малого підприємництва в Україні. URL : <http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/5150/1/41_kyrychenko_so_problemy_rozvytku%20.pdf> (дата звернення 28.12.2024).
17. Косуля, І.Ю, 2014. Краудсорсинг та краудфандинг: нові поняття чи нові феномени? Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства, 20, с. 267-271. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mtpsa_2014_20_46 (дата звернення 17.12.2024).
18. Красномовець, В.А, 2016. Сучасний стан та перспективи розвитку краудфандингу в Україні. Збірник наукових праць «Сучасні підходи до управління підприємством», 1. URL : <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/72884> (дата звернення 13.12.2024).
19. Куц, Л.Л., 2016. Краудфандинг як інноваційний спосіб акумулювання інвестиційних ресурсів. Сталий розвиток економіки, 2[31], с. 181-188.
20. Ладика, І., 2017. Що таке стартап-інкубатор і як туди потрапити? URL : <https://studway.com.ua/startup-inkubator/> (дата звернення 05.01.2025).
21. Марченко, О.С., 2013. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види. Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Економічна теорія та право. 4, с. 26-35. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnyua_etp_2013_4_5 (дата звернення 03.01.2025).
22. Марченко, О.С., 2014. Соціально-економічні умови та проблеми розвитку краудфандингу в Україні. Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Економічна теорія та право, 2, с. 37-46.
23. Міжнародна база даних «Statista». URL : <https://www.statista.com/statistics/615406/crowdfunding-platforms-by-typeeuropean-union-eu/> (дата звернення 10.01.2025).

24. Некрасова, Л.А. та Давиденко, 2014. Впровадження краудфіндингу для стимулювання інноваційної діяльності підприємств України в ІТ-сфері. Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, 19, с. 76-81.
25. Носик, А., 2011. Пять правил краудфіндинга. URL : <<https://echo.msk.ru/blog/nossik/769820-echo/>> (дата звернення 27.12.2024).
26. Ольхович, А., Майже 60% населення Землі не мають доступу до Інтернету. URL : <https://www.unn.com.ua/uk/news/1538111-mayzhe-60-naselennya-zemli-ne-mayut-dostupu-do-internetu> (дата звернення 27.12.2024).
27. Офіційний сайт «Машзавод» URL : <https://nastarte.com/about> (дата звернення 20.12.2024).
28. Офіційний сайт платформи «Kisskissbankbank» URL : <https://www.kisskissbankbank.com/fr/stats> (дата звернення 11.01.2025).
29. Офіційний сайт «Спільнокошт» URL : <https://biggggidea.com/> (дата звернення 19.12.2024).
30. Сторонянська, І.З. та Волинець, У.А., 2018. Краудфіндинг як інструмент активізації бізнес-середовища в регіоні. Економіка і право, 3, с. 52-65.
31. Ткачук, І.Я., 2016. Краудфіндинг в контексті залучення додаткових ресурсів для реалізації проектів державно-приватного партнерства. Інноваційна економіка, 5-6, с. 183-186. URL : <http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_5-6_33> (дата звернення 05.01.2025).
32. Урсакий Ю., Пенюк В. Комунікаційна складова інвестиційного проекту в умовах загроз та ризиків. Вісник Чернівецького торговельно-економічного університету. Вип. II (90), 2023. С.33-47.
33. Урсакий Ю.А. Ефективне управління інноваціями як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємств. Вісник соціально-економічних досліджень. 2019. Вип. № 2, №70. С. 197-217.

34. Урсакий Ю. А. Роль інноваційних кластерів у промисловості країни. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2021. Вип.1. С. 53–70.

35. Швець, Л.М., 2013. Український краудфандинг: принципи успішної реалізації. Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ, 4, с. 243-251. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhnuvs_2013_4_32 (дата звернення 25.11.2024).

36. Яворська, Т.В., 2018. Регулювання краудфандингової діяльності у країнах Північної Америки. Економічний журнал Одеського політехнічного університету, 4 (6), с. 89-94. URL : <https://economics.opu.ua/ejoru/2018/No4/89.pdf> (дата звернення 27.12.2024).