

Crowdfunding პლათფორმების შესაძლებლობები საქართველოში და უცხოური ანალოგების ანალიზი

1. ანა კრიხელი
2. მზია ადამაშვილი
3. გიორგი მშვიდლობაძე

ჯგუფი #6

სამაგისტრო ნაშრომი წარმოდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის ფაკულტეტზე ბიზნესის ადმინისტრირების (საბანკო და საფინანსო საქმე) მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად

ბიზნეს ადმინისტრირება (საბანკო და საფინანსო საქმე)

პროექტის ხელმძღვანელი: ზურაბ პერტაია, მოწვეული ლექტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, (2016 წელი)

სარჩევი

აბსტრაქტი.....	4
Executive Summary.....	6
თავი I. შესავალი.....	8
თავი II სტარტაპების დაფინანსების გზები.....	9
II.1. დაფინანსების ალტერნატიული საშუალებები.....	9
II.2. ტრადიციული მეთოდები.....	9
II.2.1. საბანკო სესხები.....	9
II.2.2. ვენჩურული კაპიტალი.....	10
II.2.3. ბიზნესის ანგელოზები.....	12
თავი III. Crowdfunding - დაფინანსება ხალხის მასების მეშვეობით.....	18
III .1. ტერმინის განსაზღვრება.....	18
III .2. Crowdfunding-ის მთავარი მახასიათებლები.....	20
III .3. შინაარსობრივი მიდგომა.....	22
III .3.1. ინტერნეტი.....	22
III .3.2. Crowdsourcing.....	23
III .4. დაინტერესებული მხარეები.....	24
III .4.1. იდეის ავტორები და ინვესტორები.....	24
III .4.2. პლატფორმები.....	25
III .5. Crowdfundin- ის მთავარი სახეობები.....	27

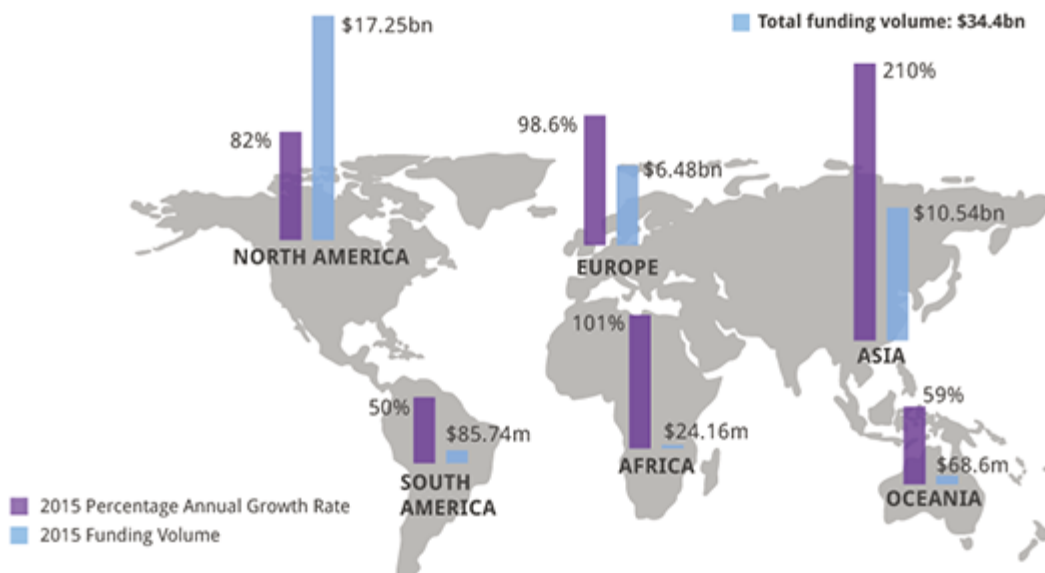
III .5.1. შემოწირულობებზე დაფუძნებული Crowdfunding.....	28
III .5.2. წამახალისებელ საჩუქრებზე დაფუძნებული Crowdfunding.....	28
III .5.3. Crowdlending.....	29
III .5.4. კაპიტალის Crowdfunding.....	29
III .6. დაფინანსების მოტივები.....	30
III .6.1. დამფინანსებლების მოტივები.....	30
III .6.2. იდეის ავტორთა მოტივაცია.....	31
III .7. Crowdfunding-ის დადებითი და უარყოფითი მხარეები.....	33
III .7. 1. დადებითი მხარეები.....	33
III .7. 2. უარყოფითი მხარეები.....	35
თავი IV. მეთოდოლოგია.....	36
თავი V. Crowdfunding გეოგრაფია.....	38
თავი VI . Crowdfunding -ის მამოძრავებელი ძალა და ბარიერები.....	44
VI.1 წესდება.....	44
VI.2. Crowdfunding-ის რეგულაციები.....	45
VI.3 Taxation - დაბეგვრა.....	49
VI.4 ქვეყნების კონტრეტული დადგენილება.....	51
VI.4.1 დიდი ბრიტანეთი.....	51
VI.4.2 ამერიკის შეერთებული შტატები.....	54
VI.4.3 გერმანია.....	56

თავი VII. საქართველოში არსებული crowdfunding პლატფორმები.....	59
VII.1.საქართველოში არსებული crowdfunding პლატფორმები.....	59
VII.2. კვლევა/ სიღრმისეული ინტერვიუ.....	61
თავი VIII . დასკვნა.....	72
თავი IX. რეკომენდაციები.....	75
IX.1. როდის არის crowdfunding მიზანშეწონილი?.....	75
IX..2. მეწარმის მიერ გასათვალისწინებელი მნიშვნელოვანი ფაქტორები.....	76
IX .3. რჩევა - როგორ გამოვიყენოთ crowdfunding-ი ?	78
თავი X. გამოყენებული ლიტერატურა.....	80
თავი XI. დანართი.....	84

აბსტრაქტი

Crowdfunding- ი როგორც პრაქტიკა სულ რამდენიმე წლის წინ დაინერგა. ეს არის დაფინანსების ალტერნატივა, სადაც უამრავი ადამიანი გარკვეული თანხებით აფინანსებენ ახალ იდეებს. მისი გამოყენება პირველად დაიწყო ამერიკის შეერთებულ შტატებში 2003 წელს, მაგრამ 2015 წლის მონაცემებით ის უკვე ხუთივე კონტინენტზე გამოიყენება.

სურათი 1



წყარო: <http://www.crowdfunding.nl/wp-content/uploads/2012/05/92834651-Massolution-abridgedCrowd-Funding-Industry-Report1.pdf>

ეს სურათი ნათლად ასახავს 2015 წლის მონაცემს Crowdfunding- ის გამოყენების ზრდის ტენდენციას და მთლიან დაფინანსებას რაც იქნა მოპოვებული მისი მეშვეობით.

Crowdfunding- ი არის საკმაოდ დივერსიფიცირებული, არსებობს მისი რამოდენიმე სახეობა , ტიპი და მოდელი,რომელიც აქტიურად გამოიყენება მთელს მსოფლიოში. Crowdfunding-ი განსაკუთრებულად მიმზიდველია, რადგან იგი იყენებს ინტერნეტს, რამაც როგორც ვიციით მკვეთრად შეცვალა ჩვენი ცხოვრება, ბიზნეს და სავაჭრო ურთიერთობები, კომუნიკაციები, ინფორმაციის მოპოვების გზები. ინტერნეტმა მოგვცა შესაძლებლობა გვეკონოდა გლობალური კავშირები და გახადა იგი სწრაფი, ადვილი და

იაფი. ხოლო თავის მხრივ ეს პროცესი ხელს უწყობს გლობალიზაციის. პირველი Crowdfunding პლათფორმა ArtistShare (ხელოვნებაზე, მუსიკაზე ორიენტირებული) 2003 წელს შეიქმნა ამერიკის შეერთებულ შტატებში. იგი იყო ჯილდოზე დაფუძნებული და სულ მალე დიდი პოპულარულობა მოიპოვა. ამ პრაქტიკის გამართლების მერე წლების განმავლობაში ნელ-ნელა უფრო ხშირად დაიწყეს მისი გამოყენება და 2008 წელს შეიქმნა ისეთი ცნობილი პლათფორმა, როგორცაა Indiegogo და მას მოყვა 2009 წელს არანაკლებად ცნობილი და წარმატებული პლათფორმა Kickstarter. ინტერნეტ პლატორმები, ორ ან მეტ მონაწილეს და მომხმარებელთა ჯგუფს აძლევს საშუალებას მათ შორის დამყარდეს უშუალო ურთიერთობა. მათი მიზანია მოიზიდონ მეწარმეები და ინვესტორები. თვითოეული პლათფორმა ირჩევს პოზიციას crowdfunding ბაზარზე, იმის მიხედვით თუ რა სახის დაფინანსებას მიმართავს, რა ტიპის პროექტებს მასპინძლობს, რა დონის ინფორმაციას გასცემს, რა წესებსა და რეგულაციებს ექვემდებარება.

2012 წლის მონაცემებით მსოფლიოს მაშტაბით არსებობდა დაახლოებით 700 crowdfunding პლათფორმა. საიდანაც 191 იყო აშშ -ში დაარსებული. წლების განმავლობაში მოხდა მისი კიდევ უფრო განვითარება და ათვისება და ამიტომ 2015 წლის მონაცემებით მსოფლიოს მაშტაბით არსებობს 1250 პლათფორმა და პროგნოზის მიხედვით თუ ასეთივე ზრდის ტრენდი გაგრძელდება 2016 წლის ბოლოსთვის მათი საერთო რაოდენობა 2000-ს გადააჭარბებს.

ჩვენი ნაშრომის პირველ ნაწილში მოიცავს crowdfunding -ის განსაზღვრას და მის თეორიულად ჩამოყალიბებას იმის დასადგენათ თუ რატომ გახდა ეს კონცეფცია ასეთი პოპულარული და გამოყენებადი მთელს მსოფლიოში. ასევე განვსაზღვრავთ თუ რა არის crowdfunding-ს დადებით და უარყოფითი მხარეები.

კვლევის გასაკეთებლად გადავწყვიტეთ მოგვეპოვებინა უფრო სრულყოფილი ინფორმაცია crowdfunding -ის უცხოური მაგალითების შესახებ და ასევე მოგვებდინა საქართველოში არსებული პლათფორმების ანალიზი. ანალიზის გასაკეთებლად

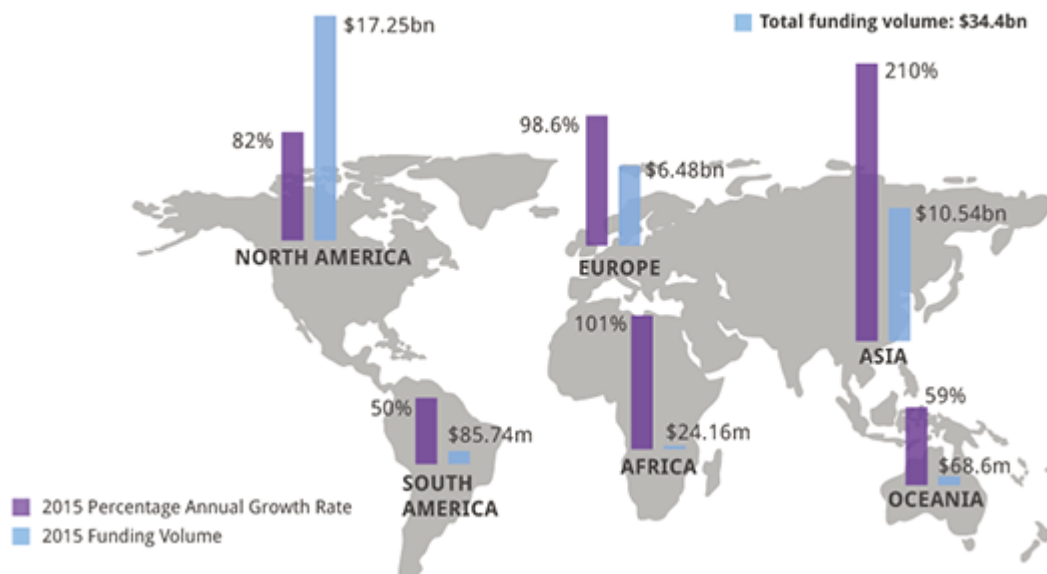
ჩავატარეთ ინტერვიუები. რაც დეტალურად არის აღწერილი თემის ანალიზში და საბოლოოდ გამოვიტანეთ დასკვნები.

ასევე თემის დასკვნით ნაწილში ჩაოვყალიბეთ ჩვენი რეკომენდაციები crowdfunding ის გამოყენების შესახებ საქართველოში.

Executive Summary

The phenomenon of crowdfunding took off a few years ago. This is a funding alternative where many people provide certain amount of money to fund a certain idea. This practice was first introduced in unites states of America in 2003 and, but not nowadays it is spread in all five continets.

სურათი 2



წყარო:<http://www.crowdfunding.nl/wp-content/uploads/2012/05/92834651-Massolution-abridgedCrowd-Funding-Industry-Report1.pdf>

2015 statistics shows the annual growth rate and the total fundig volume of crowdfunding which is spread all over the world.

Crowdfunding is really diversified in terms of design, type and model which are widely used all over the world. Crowdfunding has one particularity that drove us to consider its international dimension: the use of the Internet. Its development and commercialization have drastically changed our lives in interactions, communications, business, trade, information gathering, socializing. Because of its borderless characteristic, the Internet modified our global interconnections and allowed quicker, easier and cheaper international access. Today, more than ever, it fosters globalization. First Crowdfunding platform ArtistShare (art, music-oriented) was established in 2003 in the United States. It was Reward-based Crowdfunding platform and soon gained great popularity. After that this practice was used in more and in 2008 a very well-known platform Indiegogo was established, it was followed by Kickstarter in 2009. Crowdfunding platforms establish direct communication between the entrepreneurs and investors. Each platform chooses a position in the market, depending on the type of funding applies to the type of hosting projects, the level of information to be issued, subject to the rules and regulations.

In 2012 there were approximately 700 crowdfunding platforms worldwide. Of which 191 were US-based. Over the years, it has been further developed and utilized, and therefore by 2015 there are 1250 crowdfunding platforms all around the world, if the similar growth rates will continue the number of platforms will exceed 2000, by the end of 2016.

The first part of our master's thesis describes the term crowdfunding what it stands for and how it is used. Also it describes why it became so popular over the years, the main advantages and disadvantages of crowdfunding are discussed as well.

We also decided to do the research to obtain more complete information on international examples of crowdfunding platforms and made the same kind of research for Georgian market in order to get the clear picture and get acquainted with it. We held detailed interview with the founders and CEO of well known Georgian crowdfunding platform and interview also the CEO of not yet established platform. This part of the thesis is described in details in the analyses part which is followed by our observation and conclusions.

In the final part of our masters thesis we decided to give few recommendations for Georgian crowdfunding platforms based on all the information that we gained by researching the foreign markets.

თავი I. შესავალი

სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის საგანს წარმოადგენს საქართველოში არსებული crowdfunding-ის პლატფორმების შესაძლებლობების განსაზღვრა, მიმოხილვა, შესწავლა, ანალიზი და მათი შედარება ამავე ტიპის უცხოურ ანალოგებთან. ამის მისაღწევად, ძალზედ მნიშვნელოვანია პირველ რიგში იმის დადგენა თუ რა არის crowdfunding-ის როლის დაიწყო მისი გამოყენება და ასევე მისი დადებითი და უარყოფითი მხარეების გამოვლენა და სხვა ქვეყნების გამოცდილების გამოყენება.

გამომდინარე იქიდან, რომ დღეისათვის საქართველოში crowdfunding -ის არსი ნაკლებად ცნობილია, კვლევის მიზანია დავაზუსტოთ განვითარების რა ეტაპზე იმყოფება ამჟამად ის, არსებობს თუ არა მისი პლატფორმები და რამდენად იყენებს საზოგადოება მას.

ასევე ვაჩვენოთ, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ახალი და უკვე არსებული მეწარმეებისათვის ახალი პლატფორმების გამოყენება და ინვესტორების დაინტერესება. ჩვენი ერთ-ერთი ამოცანაა, საზოგადოებაში ამაღლდეს ცნობადობა crowdfunding -ის და მისი პლატფორმების შესახებ რაც შემდგომში გამოიწვევს მათ მიმართ ინტერესის გაზრდას.

2015 წლის მონაცემებით crowdfunding-ის გამოყენება მსოფლიოს მაშტაბით რადიკალურად გაიზარდა. ამიტომ იგი ითვლება დაფინანსების ტრადიციულ მეთოდების ერთ-ერთ მთავარ და თანამედროვე ალტერნატივად.