

Specifičnosti finansiranja održivog razvoja kraudfandingom

Specificities of financing sustainable development by crowdfunding

Biljana Pejović¹, Milena Stojčić^{2}*

¹AP Production, Blagoja Marjanovića Moše 7, Novi Beograd, Srbija /
AP Production, Blagoja Marjanovića Mose 7, New Belgrade, Serbia

²Megatrend univerzitet, Fakultet za geoekonomiju, Bulevar Mihajla Pupina 117, Beograd, Srbija /
Megatrend University, Faculty of Geoeconomics, Bulevar Mihajla Pupina 117, Belgrade, Serbia

*Autor za prepisku / Corresponding author

Rad primljen / Received: 10.01.2024, Rad prihvaćen / Accepted: 04.03.2024.

Sažetak: Kraudfandingom se uz pomoć šire društvene zajednice finansiraju projekti zaštite životne sredine i projekti humanitarnog karaktera za koje je teško obezbediti finansiranje kreditiranjem ili iz državnog budžeta. Lepo predstavljena ideja na platformi za kraudfanding pruža mogućnost učešća velikog broja malih investitora u realizaciji projekata održivog razvoja koje mogu pokrenuti svi članovi jednog društva. U projektima održivog razvoja, koji višestruko doprinose društveno-ekonomskom napretku teško je kvantitativno izraziti efekte planiranih projekata. Za implementaciju projekata nisu neophodne informacije o finansijskoj isplativosti projekata, koja je primarna za dobijanje većine oblika finansiranja. Realizacija ovih projekata dugoročno više doprinosi društveno ekonomskoj zajednici i implementaciji koncepta održivog razvoja, kao i porastu društveno odgovornog ponašanja šire društvene zajednice. Ovim načinom finansiranja, svi koji su zainteresovani za realizaciju projekta svojim novčanim donacijama pomažu da se on ostvari i društvena zajednica svojim učešćem u finansiranju daje saglasnost o prihvatljivosti ovih projekata. U radu je metodom komparativne analize, analizom studija slučaja i sintezom specifičnosti raznih oblika finansiranja ukazano na prednosti finansiranja održivog razvoja kraudfandingom. Prednosti kraudfandinga u odnosu na ostale izvore finansiranja su: brzina i pristupačnost, pokrivenost tržišta, povratne informacije od učesnika u finansiranju, potpuna kontrola, stvaranje interesovanja kod učesnika i veliki broj platformi koje se mogu odabrati u sprovođenju projekta.

Ključne reči: kraudfanding, finansiranje, održivi razvoj, projekti, implementacija, društveno odgovorno ponašanje

Abstract: With the help of the wider social community, crowdfunding is used to finance environmental protection projects and projects of a humanitarian nature, for which it is difficult to secure financing through credit or from the government budget. A well-presented idea on a crowdfunding platform provides the opportunity for a large number of investors to participate in the implementation of sustainable development projects that can be initiated by all members of a society. In sustainable development projects, which contribute multiple times to social and economic progress, it is difficult to quantitatively express the effects of the planned projects. For the implementation of the projects, information about the financial profitability of the projects is not necessary, which is primary for obtaining most forms of financing. In the long term, the implementation of these projects contributes more to the socio-economic community and the implementation of the concept of sustainable development, as well as to the increase in socially responsible behavior of the wider community. With this method of financing, all those who are interested in the implementation of the project with their monetary donations help to make it happen and the social community, by participating in the financing, gives consent to the acceptability of these projects. In the paper, the advantages of financing sustainable development through crowdfunding were pointed out using the method of comparative analysis, analysis of case studies and synthesis of the specificities of various forms of financing. The advantages of crowdfunding compared to other sources of financing are: speed and accessibility, market coverage, feedback from funding participants, complete control, creating interest among participants and a large number of platforms that can be chosen for project implementation.

Keywords: crowdfunding, financing, sustainable development, projects, implementation, socially responsible behavior

¹orcid.org/0000-0002-8840-2498, e-mail: biljanapejovic9@gmail.com

²orcid.org/0009-0001-9436-7182, e-mail: stojic.milena87@gmail.com

UVOD / INTRODUCTION

U radu je analiziran kraudfanding kao alternativni oblik finansiranja i ukazano je na njegove prednosti i nedostatke u odnosu na ostale oblike finansiranja. Analiziran je njegov istorijski razvoj i studije uspešnih slučajeva ovog oblika finansiranja. Na osnovu objavljenih istraživanja na zadatu temu analiziran je kapacitet domaćeg tržišta za veće učešće finansiranja projekata održivog razvoja na ovaj način.

Ekonomija, društvo i zaštita životne sredine su tri centralna stuba održivog razvoja. Agenda održivog razvoja od 2015. do 2030. koja je usvojena na sednici Generalne skupštine Ujedinjenih nacija predstavlja putokaz za ostvarivanje ekonomskog rasta, socijalnog blagostanja, zdravlja ljudi i zaštite životne sredine. Bez sinergije sva četiri faktora teško je govoriti o usvajanju koncepta održivog razvoja. Sve vlade zemalja potpisnica u obavezi su da prilikom planiranja budžeta izdvoje znatna sredstva za implementaciju agende održivog razvoja. Često planirani izvori finansiranja nisu dovoljni da bi se u dovoljnoj meri doprinelo konceptu održivog razvoja. Kraudfanding pruža mogućnost da se finansiraju projekti održivog razvoja čije pokretanje može inicirati svaki građanin ili organizacija, bez ograničenja. Prihvatanje projekta od šire društveno ekonomske zajednice i uključivanje u finansiranje tih projekata najveći je pokazatelj njihove isplativosti.

Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih nacija (sustainable development goals - SDG) ističu prioritete oblasti za globalni održivi razvoj, kao što su smanjenje nejednakosti i zaštita životne sredine (Sustainable Development Goals, 2015). Digitalne platforme, kao što je Goteo.org, olakšavaju finansijsku podršku pojedinaca za inicijative u vezi sa SDG-om kroz kraudfanding i kampanje finansiranja projekata. Match-funding je vrsta kraudfandinga, gde se pojedinačne donacije uparuju ili umnožavaju od strane javnih i privatnih organizacija. Morell et al. (2020) skreću pažnju da i dalje nedostaju otvoreni podaci za proučavanje efikasnosti finansiranja uparivanja kao načina finansiranja ovih građanskih inicijativa.

Kraudfanding kao način finansiranja se oslanja na snagu i veličinu zajednice i pruža mogućnost prikupljanja malih sredstava od velikog broja investitora za pokretanje planiranog projekta. Kraudfanding spada u kategoriju novijih finansijskih inovacija, što pruža mogućnost prikupljanja malih sredstava od velikog broja malih investitora za pokretanje planiranog projekta. Uspeh projekta zavisi od više faktora, među kojima su najvažniji: dobro predstavljena i medijski plasirana ideja, izbor platforme na kojoj se predstavlja, načini i oblici prikupljanja sredstava za uložena finansijska sredstva. Ljumović

& Pejović (2020) ističu motive koji stimulišu male kraudfanding investitore i oni mogu biti višestruki: zadovoljstvo zbog učešća u humanitarnoj akciji, neka socio-ekonomska korist, dobijanje proizvoda ili usluga po nižoj ceni od tržišne (Ljumović, Pejović, 2020).

Mollick & Robb (2016) se bave stepenom razvoja kraudfandinga, gde on može pomoći da se demokratizacija inovacija, preduzetništva i finansiranja preduzetništva još više unapredi. Dajući glas ljudima, koji inače nikada ne bi imali priliku da traže finansiranje, a kamoli da ga obezbede, kraudfanding stvara mogućnosti za nova preduzeća i inovacije, kao i novi talas investitora. Pored toga, angažovanjem potrošača u finansiranju i podržavanju projekata, ove platforme za kraudfanding mogu smanjiti potrebu za neefikasnim (i često pristrasnim) posrednicima. Još uvek je kraudfanding u razvojnoj fazi, posebno na strani kapitala (Mollick, Robb, 2016).

Kraudfanding je postao ključni istraživački trend poslednjih godina koji pruža novi oblik sticanja sredstava za inovacione projekte od korisnika pre realizacije proizvoda na „tržištu pre tržišta“. Koncept kraudfandinga se povezuje sa fenomenom inovacija korisnika i pokazuje kako korisnici inovatori koriste kraudfanding da dopune svoje inovativne inicijative i dobiju sredstva za izgradnju firmi i proizvodnju proizvoda na profesionalniji način. Kraudfanding utiče na unapređenje teorije inovacija korisnika kao što su motivacija korisnika, uloga korisnika, zajednica korisnika, saradnja između korisnika i ulaganja korisnika. Platforme za kraudfanding dovode do veće pojave preduzetnika, koji su pronašli način za komercijalizaciju svojih proizvoda ili usluga na tržištu koje su kreirali za sopstvene potrebe. Razvoj od tradicionalnih inovacija do komercijalizacije inovacija uz pomoć kraudfandinga, doprinosi, ne samo stvaranju već i komercijalizaciji novih proizvoda i usluga većeg obima (Brema et al., 2019).

Ovaj vid finansiranja je uobičajeno sredstvo za razvoj inovacija kod preduzetnika, ali i dalje ostaju mnoga nerešena pitanja u vezi sa njegovim efektom na inovacije. Često, učesnici u procesu kraudfandinga igraju aktivnu ulogu u diskusiji oko inovacija. Kraudfanding se može posmatrati kao jedan oblik otvorenog istraživanja (aktivno traženje ideja od autsajdera). Osim otvorenog istraživanja, učesnici takođe generišu obaveštenost o proizvodu koji se finansira masovnim finansiranjem. Investitori u postupku kraudfandinga mogu se smatrati najranijim mogućim potrošačima, koji mogu biti čak i vredniji od tradicionalnih potrošača. U sprovedenom istraživanju, podaci koji se odnose na kraudfanding proizvode sa Kickstarter platforme su u kombinaciji sa podacima ankete odgovarajućih preduzetnika

inovatora kako bi se bolje razumeli efekti elemenata kraudfandinga na kasniji tržišni uspeh kraudfandinga proizvoda, kao i na inovacijski fokus organizacije za prikupljanje sredstava. Rezultati pokazuju da iznos sredstava prikupljen tokom kraudfanding kampanje ne utiče značajno na kasniji tržišni učinak kraudfanding proizvoda, dok broj potrošača privučenih kampanjom utiče. Dubina otvorenog istraživanja (intenzivno crpeći iz eksternih izvora) poboljšava performanse na tržištu proizvoda, dok širina otvorenog istraživanja (iz mnogo eksternih izvora) izaziva radikalni fokus na inovacije. Zanimljivo je da se negativni efekti preteranog oslanjanja na eksterne izvore znanja ne primećuju. Mala veličina kraudfanding organizacija u ovoj studiji se smatra graničnim uslovom za prethodne nalaze o inverznim efektima učinka u obliku slova U. Konačno, deo razvoja proizvoda je završen kada kraudfanding utiče na kasniji fokus preduzetnika na radikalne inovacije (Stanko, Henard, 2017).

Equity kraudfanding obrađen je od strane autora Mazzocchini & Lucarelli (2023) gde je prikazan kao inovativan način za nove poduhvate da dobiju alternativno finansiranje u Fintech okruženju. Digitalna priroda komunikacije primorava preduzetnike da prilagode svoj stav i tehnike brendiranja, pronalazeći nove načine promocije i finansiranja svojih poslovnih ideja i proizvoda. To je pravac u kojem se istražujući nove karakteristike, koje bi mogle da privuku pažnju masovnih investitora i podstaknu njihovu spremnost da investiraju. Equity kraudfanding je namenjen novom tipu investitora, koji bi mogli imati manje iskustva sa finansijskim instrumentima i stoga bi mogli da prate različite vrste informacija, čineći ih najbitnijim u donošenju odluka. Prema „efektima manje je bolje“, nesofisticirani investitori mogu imati tendenciju da procene manje informacija i da pridaju veći značaj onima koje je lakše razumeti (Mazzocchini, Luca-relli, 2023).

Da je tema i dalje nedovoljno istražena skreću pažnju mnogi autori, na primer Böckel et al. (2021) i Rizwan & Mustafa (2022). Analizirano je u kojoj meri trenutni istraživački fokusi u kraudfandingu i održivosti doprinose oslobađanju potencijala kraudfandinga za održivi razvoj. Nalazi ističu da polje istraživanja ima relativno kratku istoriju, ali već pokazuje znake rastuće zrelosti. Pejović (2018) ističe da se može premostiti jaz između potrebnih i raspoloživih sredstava korišćenjem alternativnih izvora finansiranja, što će olakšati razvoj. Što se tiče fokusa istraživanja, rezultati otkrivaju neuravnoteženost između relevantnosti koja se pripisuje različitim aspektima u istraživanju i praksi. Na primer, istraživanje se prvenstveno bavi tipovima kraudfandinga koji čine udeo kraudfandinga. Identifikovan je istraživački jaz koji se odnosi na fazu nakon

finansiranja, kao i na projekte orijentisane na životnu sredinu. Na osnovu toga, preporučuje se fokusiranje budućih istraživanja na uticaj kraudfanding projekata koji se bave pitanjima zaštite životne sredine ili integrišu socijalnu i ekološku dimenziju održivosti. Pored toga, potrebno je istražiti potencijal kraudfandinga kao legitimne funkcije za održive poduhvate (Böckel et al., 2021).

Kraudfanding je izazvao interesovanje preduzeća i kreatora politike širom sveta i smatra se da igra ulogu u rizičnom kapitalu i preduzetničkom ekosistemu privreda u razvoju. Percepcija investitora kraudfandinga zasnovanom na kapitalu je nedovoljno istražena, posebno u društvenim okruženjima zemalja u razvoju (Rizwan, Mustafa, 2022).

Kraudfanding kampanje su posebno pogodno za borbu protiv društvenih razlika i stimulisanje „zdravog“ rasta jer promovišu društveno prihvatljive aktivnosti. Međutim, detaljnija analiza pokazuje da je ovaj utisak pogrešan. Istina je da alternativno finansiranje svakako doprinosi realizaciji mnogih projekata koji su manje-više u skladu sa pretpostavkama i ciljevima održivog razvoja, ali ovaj faktor nije nužno presudan da garantuje njihov uspeh. Treba napomenuti da su ciljevi održivog razvoja samo jedna od odrednica koje mogu privući sredstva. Uspeh kampanja može zavisiti od brojnih drugih faktora, u mnogim slučajevima podržanim od uticajnih, kvaliteta prezentacije informacija, reputacije inicijatora projekta, postojećeg sufinansiranja ili prethodnog uspeha u finansiranju iz drugih kampanja itd. Analiza samo jedne od determinanti generiše ograničenja, jer ne pokazuje odnose između tih faktora. Potvrda ovih nalaza može se videti u prilično čestim kampanjama koje se održavaju na platformama kao što su, na primer, „zaštita prašume“ ili „dobrotvorna akcija za beskućnike“ itd., u kojoj lične koristi pokretača leže u senci humanitarnih ili društvenih inicijativa. U takvim slučajevima projekti su neuspešni, ne prikupljaju sredstva, iako su dobro pripremljeni i socijalno osetljivi. S druge strane, ako je projekat nerealan, nedovoljno inovativan ili ne uliva poverenje, dobra priprema i društvena osetljivost takođe nisu bitni (Motylska-Kuzma, 2018).

1. MATERIJALI I METODE / MATERIALS AND METHODS

Analizom specifičnosti svih standardnih i alternativnih oblika finansiranja i njihovom komparativnom analizom ukazano je na prednosti finansiranja održivog razvoja kraudfandingom. Analizom studija slučajeva uspešnih primera sprovedenih kraudfanding kampanja kao i SWOT analize pre pokretanja bilo kog projekta, ukazano je da li preduzetnici treba za komercijalizaciju svoje ideje da odaberu

kraudfanding kao oblik finansiranja. Koriste se metodi dedukcije, analize i sinteze u sagledavanju izveštaja ovlašćenih institucija i njihovih statističkih podataka.

2. REZULTATI I DISKUSIJA / RESULTS AND DISCUSSION

Održivi razvoj podrazumeva sveobuhvatan pristup koji uzima u obzir ekološke, socijalne i ekonomske aspekte. Kraudfanding može biti jedan od alata koji podržava održivi razvoj, ali je važno da se projekti koji koriste kraudfanding takođe pridržavaju principa održivosti i transparentno izveštavaju o svojim postignućima. Kraudfanding može doprineti održivom razvoju finansiranjem projekata koji imaju pozitivan uticaj na zaštitu životne sredine, društvo i ekonomiju. Prikupljanjem sredstava od pojedinaca i organizacija mogu se finansirati projekti koji se bave obnovljivim izvorima energije, reciklažom, očuvanjem prirode, smanjenjem oslobađanja ugljen dioksida i svim drugi projekti koji doprinose održivim rešenjima i smanjenju negativnog uticaja na životnu sredinu. Projekti sa ciljem podrške socijalnim inicijativama koji se bave socijalnom pravdom, inkluzijom, siromaštvom, zdravstvenom zaštitom i obrazovanjem doprinose kvalitetu života zajednica i održivom socijalnom razvoju društva. Kraudfanding doprinosi promovisanju inovacija koje mogu doprineti održivom razvoju kroz poboljšanje efikasnosti resursa, smanjenje otpada ili promovisanjem održivog načina života. Kraudfanding uključuje zajednicu u proces finansiranja i podrške projektima. Donatori postaju deo projekta, imajući priliku da vide konkretne rezultate i uticaj svog doprinosa. Ovaj angažman zajednice stvara snažne veze između pokretača projekata i donatora, što može doprineti održivom razvoju kroz dugoročnu podršku i partnerstva.

2.1. Istorijski razvoj kraudfandinga / *Historical development of crowdfunding*

Najstarija vrsta kraudfandinga bila je zasnovana na zaduživanju. U IV veku u Kini postojale su kreditno-štedne zadruge u kojima su članovi zadruge pozajmljivali jedni drugima zajednički prikupljen novac za projekte. U Evropi je prvi oblik kraudfandinga inicirao Džonatan Svift osnivanjem Irskog fonda za zaduživanje u XVIII veku. Taj fond je služio da se finansijska sredstva pozajmljuju siromašnim porodicama koje nisu imale kolateral, ali su se oslanjale na garancije i kontrolu suseda (Gregović et al., 2017).

Muhamed Junus je razvio ideju Džonatana Svifta o mikrokreditima i mikrofinansiranju osnivanjem Gramen banke 1976. Ovlašćena je 1983. nacionalnim zakonodavstvom da deluje kao nezavisna banka u Bangladešu. Cilj je bio odobravanje kredita

i za preduzetnike koji su bili isuviše siromašni da se kvalifikuju za tradicionalne bankarske kredite. Sredstva banke su stigla iz različitih izvora i rad Gramen banke je zasnovan na principu da je siromašnim ljudima bolje dati kredite nego donacije: ljudima se nudi prilika da preuzmu inicijative u poslovanju ili poljoprivredi, koje obezbeđuju zaradu i omogućavaju im da isplate dug i započnu društveni uspon. Banka je ponudila kredit klasama ljudi koji su ranije bili kreditno nepodobni: siromašni, žene, nepismeni i nezaposleni ljudi. Pristup kreditu je zasnovan na razumnim uslovima, kao što je grupni sistem pozajmljivanja i otplate sedmičnih rata, uz razumno duge rokove zajma, omogućavajući siromašnima da nadgrade svoje postojeće veštine kako bi zaradili bolji prihod u svakom ciklusu kredita.

Muhamed Junus i Gramen banka su bili zajedno nagrađeni Nobelovom nagradom za mir 2006. za svoje napore da kroz mikrokreditiranje pokrenu ekonomski i društveni razvoj (Shneor et al., 2020). Danas je kraudfanding komplementaran tradicionalnim izvorima finansiranja. Iako ne postoji sveobuhvatno istraživanje, poznate su mnoge anegdote u kojima su banke i drugi izvori finansiranja prvi put nekoliko puta odbijali projekte koji su finansirani putem kraudfandinga. Kraudfanding je s jedne strane utočište za one koji nemaju drugog izbora jer su previše inovativni ili previše rizični, a s druge strane zbog svoje relativne jednostavnosti postaje primarni izbor onih, za koje su banke, fondovi, investitori, državna pomoć i slično suviše spori ili suviše konzervativni.

Volfgang Amadeus Mocart je izvođenje svojih koncerata finansirao prikupljanjem donacija od zainteresovanih ljubitelja muzike koji su zauzvrat dobijali njegove rukopise na poklon. Još jedan poznati istorijski primer je prikupljanje sredstava od građana za izgradnju postamenta za Kip slobode u Njujorku, koji je francuski narod poklonio građanima Sjedinjenih Američkih Država. Za početak kraudfandinga na internetu zaslužni su muzička industrija i britanski bend Marilion, koji je tako prikupio sredstva za svoju turneju 1997. godine, a potom i za snimanje albuma.

Uprkos trenutnoj mirnoj koegzistenciji sa tradicionalnim izvorima finansiranja, kraudfanding ima potencijal da u potpunosti zameni tradicionalne načine finansiranja, na sličan način na koji društveni mediji godinama ugrožavaju tradicionalne medije.

2.2. Uspešnost kraudfanding kampanja / *The success of crowdfunding campaigns*

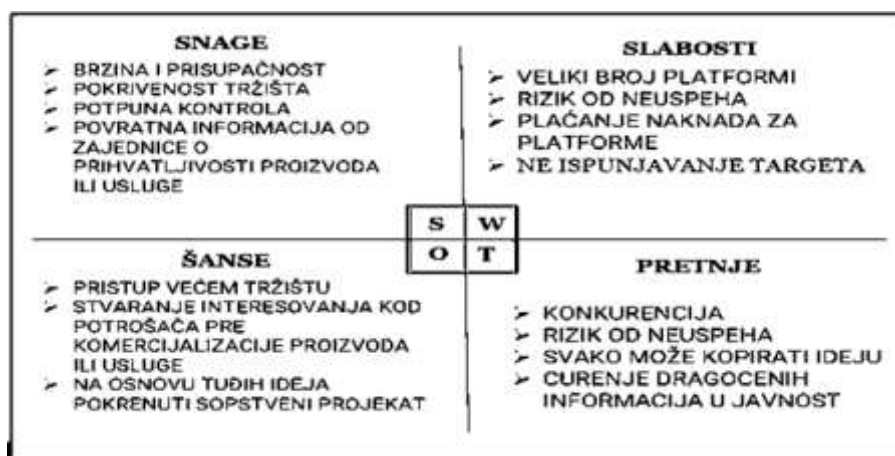
Kada su u pitanju determinante uspeha, kraudfanding kampanje zavise od sledećih faktora: cilja projekta ili ciljanog iznosa novca koji je potreban za pokretanje projekta, procenta prikupljenih sredstava

u odnosu na inicijalno ciljani iznos, broja sponzora, prosečnog iznosa prikupljenog novca po sponzoru, povezivanja na društvenim mrežama sa promoterima kampanja, što je svakako neophodno za poboljšanje komunikacije sa bekerima, ljudima koji sponzorišu kampanje na sajtovima i u zavisnosti od toga može se značajno uticati na uspeh kraudfanding kampanja, kategorija u kojoj je objavljena kraudfanding kampanja, broja komentara beкера i trajanja kraudfanding kampanje (Mollick, 2014).

Postoje četiri modela grupnog finansiranja: *donacijski kraudfanding* (donation-based) – namenjen humanitarnim i neprofitnim kampanjama, *nagradni kraudfanding* (reward-based) gde se u zamenu za finansijsku pomoć nudi neka vrsta nagrade, *investicioni kraudfanding* (equity crowdfunding) – nudi se mogućnost da se umesto nagrade dobije učešće u vlasništvu kompanije u koju se ulaže, *kraudfanding pozajmice* (crowdfunding) – vrsta pozajmljivanja sa kamatama nižim nego bankarskim (Pejović, Petrović, 2022). Sva četiri oblika kraudfandinga pružaju neku vrednost investitorima. U humanitarnim akcijama doniranjem doprinose učešću u prikupljanju finansijskih sredstava za izlečenje ili zbrinjavanje socijalno ugroženih kategorija društva. Nagradni kraudfanding često je stimulans inovativnim procesima i pruža mogućnost investitorima da po ceni nižoj od tržišne ili po povoljnijim uslovima, prvi na tržištu dobiju neki proizvod ili uslugu pre njihovog plasmana na tržište. Kraudfanding zasnovan na pozajmicama pruža mogućnost investitorima da brže ostvare zaradu nakon realizacije nekog projekta, nego da su ulagali u neke druge oblike

investiranja, dok investicioni kraudfanding pruža mogućnost investitorima da ostvare vlasnički udeo i da mogu učestvovati ne samo u finansiranju, već i u upravljanju projektima koje su inicirali drugi. Za equity kraudfanding u Srbiji još uvek ne postoje institucionalni okviri koji bi doprineli definisanju odnosa investitora i onog ko želi da inicira projekat, da bi se sitni investitori zaštitili i osigurala transparentnost.

Kraudfanding projekti u Srbiji obuhvataju različite oblasti, uključujući umetnost, kulturu, tehnologiju, humanitarne inicijative i preduzetništvo. Platforme za kraudfanding koje su dostupne u Srbiji, su „Donacije.rs“, „Startit“ i „Indiegogo“. Kraudfanding omogućava kreativnim pojedincima i malim preduzećima da prikupe sredstva za svoje ideje, čime se umanjuje potreba za tradicionalnim finansiranjem putem banaka ili investitora. Ova vrsta finansiranja pruža mogućnost ljudima da podrže projekte i ideje koje su im bliske, čime se promoviše lokalna inicijativa i solidarnost. U uspešne primere studija slučaja, koji su služili kao osnova analize i izvođenja zaključaka u radu, spada Humanitarna fondacija „Budi Human – Aleksandar Šapić“, koja je osnovana 2014. godine i od tada pruža pomoć zdravstveno ugroženim licima. Zatim, korišćenje kraudfandinga u cilju završetka snimanja filma o Vladi Divljanu. Radi se o filmu Nebeska tema kada je 20% od budžeta snimanja finansirano iz sredstava prikupljenih preko platforme Indiegogo. Još jedan primer dobre prakse je i Drumo Dom – pokretni autobus za beskućnike koji im pruža usluge tuširanja, zdravstveno savetovanje i psihosocijalnu podršku. Projekat je humanitarne fondacije ADRA.



Slika 1 - Predlog SWOT analize za sve koji planiraju da pokrenu kraudfanding kampanju
Figure 1 - Suggested SWOT analysis for anyone planning to launch a crowdfunding campaign
Izvor: Podaci autora / Source: Author's data

Međutim, postoji i nekoliko izazova sa kojima se suočava kraudfanding u Srbiji. Jedan od njih je nedostatak svesti i edukacije o ovoj metodi finansira-

nja. Mnogi ljudi u Srbiji nisu upoznati sa konceptom kraudfandinga i kako mogu učestvovati u podršci projekata. Takođe, nedostatak regulative i transpa-

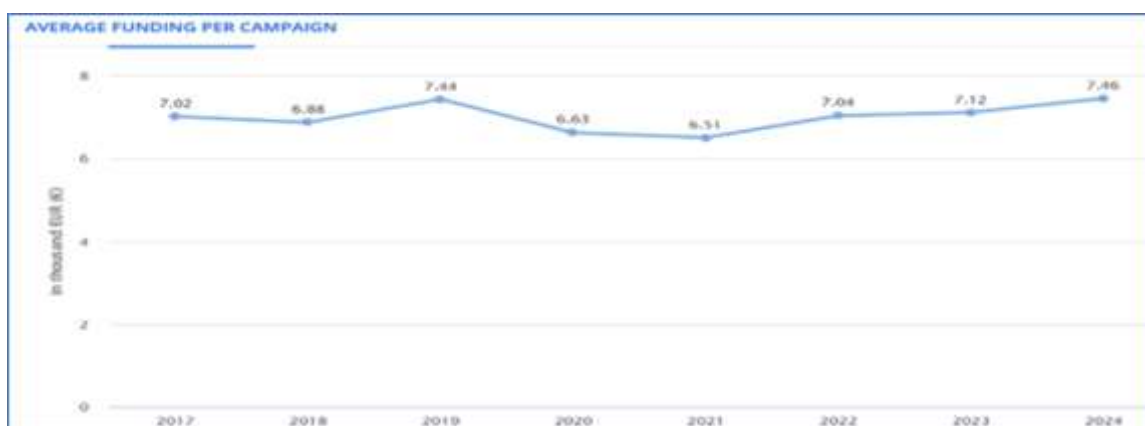
rentnosti u vezi sa kraudfandingom predstavljaju izazov za obe strane - osobe koje prikupljaju sredstva i donatore. U svakom slučaju, perspektiva kraudfandinga u Srbiji je pozitivna, sa sve većim brojem ljudi koji koriste ovu metodu finansiranja. Kako se svest o kraudfandingu povećava, očekuje se da će se i broj projekata i podrška donatora dalje povećavati. Uz adekvatnu edukaciju, podršku institucija i unapređenje regulative, kraudfanding može postati još snažniji alat za podršku inovacijama, umetnosti i preduzetništvu u Srbiji.

Perspektive kraudfandinga u Srbiji su u porastu, s obzirom na rastuću popularnost ove metode finansiranja i pozitivne trendove u poslednjim godinama. Ključni faktori koji podržavaju perspektivu razvoja kraudfandinga u Srbiji su povećana svest stanovništva o kraudfandingu, razvoj preduzetništva i kreativnih industrija, kao i infrastrukture za podršku kraudfanding kampanja. Za unapređenje ovog koncepta finansiranja neophodno je osigurati podršku od institucija i pružiti podršku u promovisanju i podržavanju kraudfanding projekata. Kraudfanding pruža mogućnost pristupa međunarodnom tržištu i do-

natorima. Srbija ima talentovane pojedince i projekte koji mogu privući pažnju i podršku iz inostranstva putem kraudfanding kampanja. Ovo otvara nove mogućnosti za internacionalnu saradnju i izvoz ideja i proizvoda. Iako postoje pozitivne perspektive, postoje i izazovi koje treba prevazići kako bi se kraudfanding dalje razvijao u Srbiji. To uključuje potrebu za većom edukacijom o kraudfandingu, unapređenje regulative i pružanje podrške u vezi sa zaštitom prava donatora i projekata.

Predviđa se da će svetsko tržište kraudfandinga dostići ukupnu vrednost transakcija od 1,1 milijardu evra u 2024. godini. Kada se uporedi globalno, evidentno je da u Sjedinjenim Državama prednjači sa vrednošću transakcija od 425 miliona evra u 2024. godini. U Sjedinjenim Državama, kraudfanding na tržištu prikupljanja kapitala doživljava porast popularnosti među tehnološkim startupima koji traže alternativne izvore finansiranja.

Na grafikonu broj 1 je prikazano prosečno finansiranje kampanja u osmogodišnjem periodu na globalnom nivou. Može se zapaziti relativno stabilno učešće sa tendencijom rasta.



Grafik 1 - Prosečna globalna vrednost kraudfanding kampanja u periodu 2017-2024, u hiljadama evra
Graph 1 - The average global value of crowdfunding campaigns in the period 2017-2024 expressed in thousands of euros

Izvor / Source: Crowdfunding - Worldwide | Statista Market Forecast,

<https://www.statista.com/outlook/fmo/capital-raising/digital-capital-raising/crowdfunding/worldwide>

2.3. Specifičnosti kraudfandinga u odnosu na ostale oblike finansiranja / The specifics of crowdfunding in relation to other forms of financing

Za finansiranje projekata održivog razvoja najbolja opcija je pokrenuti projekat iz sopstvenih izvora finansiranja. Pošto većina inicijatora projekata nema finansijske mogućnosti za takav poduhvat, niti mogućnost za dobijanje kredita, jer nema kreditnu istoriju i imovinu koja bi poslužila kao zalog, kraudfanding predstavlja najbolju opciju za finansiranje takvih projekata.

Kod projektnog finansiranja, da bi se dobila podrška u sufinansiranju neophodno je uraditi investicionu studiju kojom partnera treba ubediti da je projekat isplativ (likvidan i rentabilan) u planiranom vremenskom periodu. Neto sadašnja vrednost mora biti veća od nule, period povraćaja kraći od planiranog vremena trajanja projekta, a interna stopa rentabilnosti prihvatljiva u odnosu na tržišne pokazatelje. Rezultati projekata održivog razvoja i njihovi efekti teško su merljivi i teško je kvantifikovati njihove rezultate. Zato projektno finansiranje nije dobra opcija za finansiranje projekata održivog razvo-

ja. Koliki je doprinos održivom razvoju što se sprovođenjem određenog projekta smanjila emisija štetnih gasova u atmosferu, što je uloženo u edukaciju učenika o značaju očuvanja živote sredine, o značaju reciklaže, o značaju upotrebe obnovljivih izvora energije, teško je kvantifikovati, a takvi projekti mogu dugoročno više doprineti očuvanju prirodnog okruženja i edukaciji stanovništva o značaju zdravlja ljudi i zaštite životne sredine. Planiranje uvođenja solar-nih panela u građevinskoj industriji, filtera za izduvne gasove i otpadnu vodu, treba da bude obaveza, a ne pitanje izbora, kako za pravna tako i za fizička lica. Loša finansijska isplativost često destimuliše investitore. Vlasnike rizičnog kapitala obično pokreće velika potencijalna dobit, tako da ni oni nisu dobra opcija za finansiranje ovih projekata. Kraudfanding je zato dobra opcija u odnosu na ostale oblike finansiranja jer su ciljevi realizacije projekata daleko humanijeg karaktera, a njihovom realizacijom doprinosi se ostvarivanju ekonomskog rasta, socijalnog blagostanja, zdravlja ljudi i zaštite životne sredine.

ZAKLJUČAK / CONCLUSION

Kraudfanding kao oblik finansiranja spada u kategoriju najprihvatljivijih oblika finansiranja samoinicijativnih projekata održivog razvoja. Dobra ideja o inovativnom proizvodu, humanitarnoj akciji, pružanju usluge ili prodaji proizvoda koja na bilo koji način može doprineti ekonomskom rastu, socijalnom blagostanju, zdravlju ljudi ili zaštiti životne sredine, ako je dobro predstavljena na platformi za kraudfanding velikom broju klijenata, ima veće šanse da bude komercijalizovana ili sprovedena. Efekti projekata održivog razvoja teško se mogu kvantifikovati i teško je obezbediti izvore finansiranja za njihovu realizaciju kod standardnih institucija za kreditiranje. Predstavljanjem ideje velikom broju klijenata postoji veća šansa da se projekat realizuje. Osmišljavanje adekvatne kampanje i uspešna prezentacija što većem broju ljudi svakako bi pomogli u realizaciji iste. Bez obzira na krajnji cilj prikupljanja sredstava kraudfandigom, u Republici Srbiji može se zaključiti da postoji nedovoljna informisanost stanovništva o ovom vidu finansiranja. Takođe, potrebna je adekvatna edukacija i o potrebama i značaju projekata održivog razvoja. Pretpostavke su da i pored nemogućnosti kvantifikovanja ostvarenih rezultata, osveščivanjem o stepenu humanosti projekata došlo bi se do željenih rezultata i to masovnijeg učestvovanja u kraudfandingu. Može se zaključiti da kraudfanding ima široku primenu i mogao bi dosta da doprinese i u sferi projekata održivog razvoja.

LITERATURA / REFERENCES

- [1] Brema, A., Bilgramc, V., Marchukc, A. (2019), How crowdfunding platforms change the nature of user innovation – from problem solving to entrepreneurship, *Technological Forecasting & Social Change*, 144, 348-360,
- [2] Böckel, A., Hörisch, J., Tenner, I. (2021), A systematic literature review of crowdfunding and sustainability: highlighting what really matters, *Management Review Quarterly*, 71, 433-453. doi:10.1007/s11301-020-00189-3
- [3] Crowdfunding - Worldwide | Statista Market Forecast, <https://www.statista.com/outlook/fmo/capital-raising/digital-capital-raising/crowdfunding/worldwide>
- [4] Gregović, M., Tranfić, I., Lauš K. (2017), *Crowdfunding u Srbiji*, Zagreb: Brodoto.
- [5] Kako je film o Vladi Divljanu ugledao svetlost dana uz pomoć crowdfundinga, (2019). <https://givingbalkans.org/srbija/content/crowdfunding-nebeska-tema-vlada-divljan>
- [6] Ljumović, I., Pejović, B. (2020). Financing of Innovation: Are Crowdfunding and Venture Capital Complements or Substitutes? 2nd Virtual International Conference, *Path to a Knowledge Society- Managing Risks and Innovation*, PaKSoM, November 16-17, 2020, pp. 111-116
- [7] Mazzocchini, F.J., Lucarelli, C. (2023). Success or failure in equity crowdfunding? A systematic literature review and research perspectives, *Management Research Review*, 46(6), 790-831. doi:10.1108/MRR-09-2021-0672
- [8] Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study, *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16. doi:10.1016/j.jbusvent.2013.06.005
- [9] Mollick, E., Robb, A. (2016). Democratizing Innovation and Capital Access: The Role of Crowdfunding, *California Management Review*, 58(2), 72-87. doi:10.1525/cm.2016.58.2.72
- [10] Morell, M.F., Hidalgo, E.S., Rodríguez, E. (2020), Goteo.org civic crowdfunding and match-funding data connecting Sustainable Development Goals, *Scientific Data*, 7, 132. doi:10.1038/s41597-020-0472-0
- [11] Motylska-Kuzma, A. (2018). Crowdfunding and Sustainable Development, *Sustainability*, 10(12), 4650. doi:10.3390/su10124650.
- [12] Pejović, B., Petrović, S. (2022). Finansiranje održivog razvoja po legislativi Republike Srbije: nedostaci i predlozi za unapređenje, *Ecologica*, 29 (107), 431-439. doi:10.18485/ecologica.2022.29.107.18

- [13] Pejović, B. (2018). *Alternativni izvori finansiranja kao faktor razvoja finansijskog tržišta Srbije*, Doktorska disertacija, Megatrend univerzitet, Beograd.
- [14] Rizwan, A., Mustafa, F. (2022). Fintech Attaining Sustainable Development: An Investor Perspective of Crowdfunding Platforms in a Developing Country, *Sustainability*, 14(12), 7114. doi:10.3390/su14127114
- [15] Shneor, R., Zhao, L., & Flåten, B.-T. (2020). *Advances in crowdfunding: Research and practice*, Springer International Publishing.
- [16] Stanko, M.A., Henard, D.H., (2017), Toward a better understanding of crowdfunding, openness and the consequences for innovation, *Research Policy*, 46(4), 784-798. doi:10.1016/j.respol.2017.02.003
- [17] Sustainable Development Goals, (2015). United Nations Development Programme (UNDP), <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>