

УДК 336.012.23

Ястремська Н.М.

к.е.н., доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського (м. Кривий Ріг)

E-mail: iastremska@donnuet.edu.ua

## ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ КРАУДФАНДИНГУ В УКРАЇНІ

*У статті розглянуті особливості реалізації проектів краудфандингу в Україні. Встановлено основні причини відхилення темпів розвитку українського краудфандингу від світових тенденцій, зокрема недовіра інвесторів, відсутність необхідної інфраструктури, недостатній обсяг висвітленої інформації щодо авторів проектів, тощо. Розглянуто структуру інвестування проектів краудфандингу в Україні, обґрунтовано зосередженість інвесторів на соціальних проектах. Представлено етапи здійснення краудфандингу (підготовчий, пошуковий та заключний), встановлено особливості реалізації кожного з етапів. Визначено загальні тенденції розвитку краудфандингу в Україні, розглянуто найбільш вдалі проекти та існуючі платформи, як українські, так і міжнародні. Визначено, що основним ризиком Краудфандингу є шахрайство, оскільки під виглядом благодійної ініціативи або цікавого проекту може бути організований збір коштів, які в підсумку не дійдуть до заявленого адресата і осядуть в руках зловмисників.*

**Ключові слова:** краудфандинг, комерційний проект, Kickstarter, IndieGoGo, Na-Starte, платформа для краудфандингу, Сільнокошт.

**Постановка проблеми.** Поняття «краудфандинг» зв'явилося у науковому обігу менше ніж десять років назад. Незначна кількість зборів

коштів серед населення через мережу Інтернет почалися лише у 2000 роках, перш за все для розвитку музичних проєктів. Перші краудфандингові платформи «Kickstarter» та «IndieGoGo» були створені в 2008-2009 роках та спеціалізувалися на фінансуванні локального бізнесу. 2014 рік став початком глобального розвитку краудфандингу – 3,3 млн. осіб з різних країн світу на платформі «Kickstarter» інвестували в проєкти близько 530 млн. дол., заклавши базу для реалізації 22,2 тис. проєктів [1]. Однак, краудфандинг в Україні має істотні відмінності з загальносвітовими тенденціями, що пов'язано із умовами реалізації зборів коштів. Більшість населення відмовляються брати участь у краудфандингу через відсутність достатнього обсягу інформації щодо інструментів фінансування та реалізації проєктів, а також авторів ідей. Саме тому актуальність перспектив та особливостей розвитку краудфандингу в Україні зберігатиметься надалі.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання теорії та практики використання краудфандингу як сучасного інструменту фінансування бізнесу на цьому етапі залишаються на стадії вивчення. Різні аспекти теорії та практики краудфандингу розглядалися у працях таких вчених, як В.О. Огородник, Ю.М. Петрушенка, В.О. Дудкіна, А.І. Іваненко, С.О. Кушнір, Є.А. Поліщук та ін. Однак, на сьогодні залишаються невирішеними питання щодо визначення особливостей розвитку краудфандингу в Україні та перспектив подальшої імплементації процесу в інструментарій формування сприятливого бізнес-середовища.

**Метою роботи є** встановлення особливостей розвитку краудфандингу в Україні, як фінансового інструменту формування сприятливого бізнес-середовища, та визначення подальших перспектив розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Термін «Краудфандинг» (англ. crowdfunding) походить від англійського словосполучення «crowd funding», де «crowd» — «натовп», а «funding» —

«фінансування». В загальному контексті Краудфандинг означає колективне фінансування або колективне співробітництво людей, які добровільно об'єднують свої фінансові або інші ресурси для підтримки інших людей або організацій [2]. Краудфандинг виник як ідея підтримки та надання фінансування для творчих проєктів і особистостей (акторів, співаків, спортсменів, режисерів) та використовується для надання фінансової допомоги постраждалим, проведення соціальних чи політичних акцій, фінансування стартапів чи виробництва новітнього продукту тощо [3].

Поняття колективного фінансування ґрунтується на більш широкій концепції Краудсорсингу (англ. crowdsourcing), де «sourcing» - «збір, використання ресурсів». Термін «Краудсорсинг» був вперше використаний Джефом Хофі і Марком Робінсон в червні 2006 року в журналі Wired Magazine (Howe,2008) [4]. За існуючими визначеннями Краудсорсинг означає: 1) «використання колективного розуму і праці добровольців для різних корисних цілей, зокрема і комерційних» [5, с.39]; 2) «передачу організацією певних функцій невизначеному колу осіб без укладання трудової угоди на основі публічної оферти» [2]; 3) «процес передачі завдань значній, часто анонімній, кількості індивідів «людському натовпу» (Інтернет співтовариству) та залучення їхніх активів, ресурсів, знань або досвіду» [6; с.8]; 4) «отримання ідей, відгуків для прийняття рішень щодо розвитку діяльності корпорації» [7, с. 4]. В контексті Краудфандингу - колективного фінансування - мета полягає у зборі грошових коштів для інвестицій, як правило, використовуючи соціальні мережі.

Позитивні риси використання краудфандингових платформ полягають у наступному [1-7]:

- у платформу інтегровані різні платіжні системи;

- у багатьох платформах є соціальна складову, що дозволяє стежити за активністю інших користувачів, отримувати повідомлення про проекти, які вони створили чи проспонсорували безпосередньо через мережу Інтернет;

- на платформі можна легко спілкуватися з автором проекту, який зацікавив, ставити запитання, коментувати, підтримувати. Комісія платформи складає в середньому 5—10 % від суми проекту.

Ключовими перевагами краудфандинга вважається [8, с. 104]:

- демократизація процесу підтримки мистецтва і культури, а також генерування додаткового доходу для індустрії розваг;

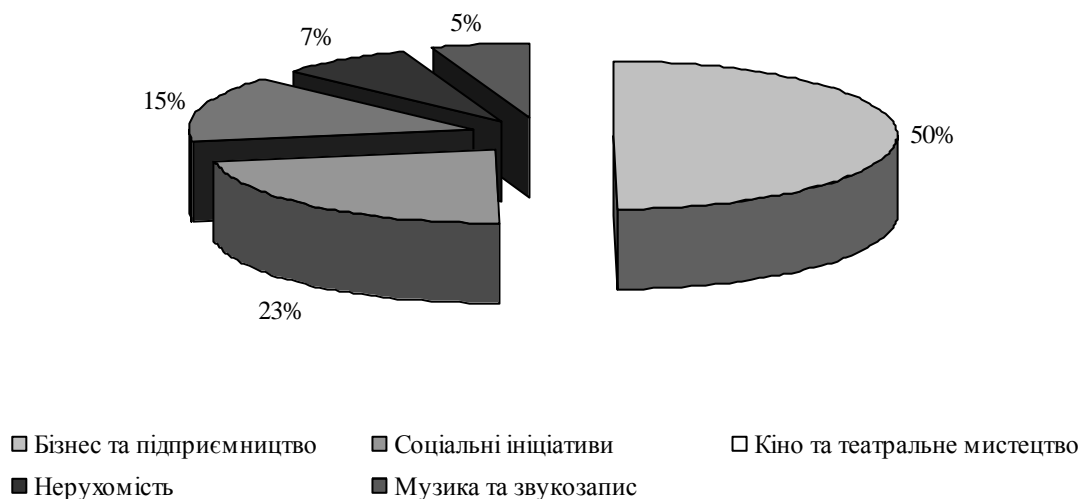
- підтримка інноваційних рішень і стартапів дозволить традиційним посередникам знаходити успішних і талановитих людей;

- створення прозорого та ефективного механізму для народного фінансування проектів.

Краудфандинг в Україні сьогодні входить в фазу енергійного розвитку разом з поширенням Інтернету, користувачі мають змогу знайомитися з новими можливостями, які відкриває Інтернет-простір. Значному поширенню краудфандингу в Україні заважають як суб'єктивні, так і об'єктивні причини. По-перше, є юридичні нюанси. Оскільки в Україні немає спеціального законодавства, яке регулює краудфандинг як окремий вид діяльності, у одержувача можуть виникнути складнощі з оподаткуванням і різними формальностями. Збір коштів для проекту може відноситися до інвестування, спонсорства, добродійності або просто пожертвувань. Тоді як, наприклад, у США ухвалений спеціальний закон, що полегшує підприємцю-початківцю доступ до капіталу (у тому числі за допомогою краудфандингу). По-друге, в Україні поки що мало можливостей для легкого і швидкого способу переведення грошей через Інтернет. Рівень довіри в суспільстві невисокий, адже філософія краудфандингу базується на взаємній відповідальності, соціальній участі і вірі в те, що кожному під силу змінити щось у цьому світі [9].

Першим в Україні майданчиком колективного фінансування став «Спільнокошт», створений в 2012 р на базі платформи соціальних інновацій «Велика Ідея». За два роки тут було залучено 3,8 млн. грн., проте проекти не були комерційними. «Ініціативи, які однозначно мають успіх на «Спільнокошт» - це проекти соціального підприємництва, які не тільки створюють певний соціальний капітал для суспільства, а й дають можливість отримувати дохід», - зазначає Д. Бортніков, фахівець відділу зв'язків з громадськістю платформи «Велика Ідея» [10]. Так, наприклад проект майстерні по переробці пластика в різні корисні речі «Zelenew» зібрав понад 84 тис. грн. із заявлених 50 тис. грн.

У лютому 2013 р. створена друга українська платформа «Na-Starte». На початок 2017 року запущено понад 40 проектів (близько 300 залишилися на стадії створення або модерації), 90% всіх опублікованих проектів – комерційні [10]. Структура фінансування проектів краудфандингу в Україні у 2016 році представлена на рис. 1.



*Джерело: розроблено автором на основі [10]*

**Рис.1 – Структура фінансування проектів краудфандингу в Україні у 2016 році**

Найбільше уваги громадськості привернув проект «Tap4Parking» (зібрав 13,5 тис. грн.) - сервіс з інтерактивною картою парковок по всій Україні. За допомогою Краудфандинга фактично була проведена рекламна кампанія проекту, який став популярним, завдяки чому привернув інвесторів.

На сьогодні процес краудфандингу складається з трьох послідовних етапів: 1 – підготовчий; 2 – пошук донорів; 3 – заключний етап.

На підготовчому етапі основною метою, яку ставлять перед собою розробники ідеї є формулювання її таким чином, щоб можна було досягти кінцевої цілі, а саме – зібрати кошти та реалізувати весь проект. На цьому етапі автор проекту повинен сформулювати детальний план його реалізації, від якого буде залежати вся його подальша робота. Після формулювання плану, визначається чіткий термін, за який потрібно зібрати кошти та їх сума.

На другому етапі краудфандингу, коли ролик вже розміщено на платформі, важливо знайти вкладників, які профінансують проект. У пошуку вкладників участь можуть брати однаковою мірою всі партнери, оскільки саме так поділяється між ними відповідальність за його реалізацію. Не меншу роль на цьому етапі відіграє інформаційний супровід проекту та його просування у соціальних мережах. Так, за даними професора Пенсильванського університету Ітана Моллика, який вивчив 46 902 проекти з найвідомішої краудфандингової платформи Kickstarter.com, розмір фінансування, яке отримає проект, прямо залежить від установлених зв'язків інвесторів та авторів у соціальних мережах. Так, якщо в авторів проекту у соціальних мережах було менше за 10 друзів, то шанси проекту на успіх складали лиш 9 %, якщо 100 друзів, то вже 20 %, а якщо 1000 – то 40 %. Окрім цього, мають значення і зв'язки авторів поза мережею. Таким чином, партнери ГО по ДПП створюють додаткові можливості по залученню проектних коштів [11].

Заключний етап краудфандингу полягає в укладанні угод з власником платформи у випадку, якщо необхідну суму коштів вдалося зібрати і в поверненні коштів інвесторам, якщо вона не зібрана.

Масова участь населення у проектах державно-приватного партнерства та їх підтримка шляхом фінансування є свідченням реальної готовності впливати на перебіг соціально-економічних процесів державного чи регіонального значення, тому не лише сприяє реалізації конкретних соціально- економічних проектів, але й забезпечує реалізацію семіотичної функції громадянського суспільства.

На початку 2016 року в Україні спостерігається сильне зниження стартап-активності на платформі «Na-Starte», що пов'язано з різким підвищенням курсу долара. Послаблення української валюти змусило авторів переглядати кошториси проектів, через те, що збори на українських платформах йдуть в національній валюті. Винагорода постійно зростає в ціні, а міняти суму зборів вже запущеного проекту заборонено. Таким чином, люди, які кілька місяців готували бізнес-проекти до запуску, просто не можуть прорахувати економічну складову. При цьому творчі та соціальні проекти набагато менше схильні до впливу економіки і продовжують запускатися.

Український Краудфандинг підходить для підтримки малого бізнесу, орієнтованого на місцевих споживачів. Однак для амбітних технічних стартапів, орієнтованих на створення продукту для західного або азійського ринків, потрібна інша аудиторія. «Ми знаходимося в процесі запуску Краудфандингової кампанії. Хочемо підтримати українську платформу, але ніхто не заважає запустити паралельно кампанію на західних платформах. Такі майданчики, як «Kickstarter» або «Indiegogo», вже стали місцем реалізації готового комерційного продукту.» - зазначає А. Новаковський, засновник компанії 3dP Ltd., першого в Україні виробника 3D-принтерів [12].

Поки що Краудфандингом користуються переважно молоді підприємці, представники ІТ-індустрії та люди творчих професій. Якщо виключити новинні ресурси та мікроблоги, куди користувачі копіюють контент з інших соціальних медіа, то перші п'ять ресурсів – це популярні блоги, орієнтовані в тому числі на зарубіжну аудиторію, ВКонтакте – найбільш популярна соціальна мережа рунету, а Хабрахабр – закрите співтовариство ІТ-професіоналів.

Як і в будь-якій новій галузі, основні проблеми Краудфандинга полягають у донесенні інформації до потрібної аудиторії. Якщо говорити про потенційних спонсорів, то потрібна аудиторія – це прогресивно мислячі люди, які цікавляться новинками в технологіях, культурі та розвагах. Крім цього, даній категорії людей важливо брати участь у чомусь цікавому і важливому або, більше того, бути причетним. Що стосується авторів проектів, то тут мова може йти практично про будь-яку людину або організацію, які здатні створити щось незвичайне і зацікавити публіку.

Теоретично, Краудфандинг, крім інструменту для збору коштів, також виступає інструментом для аналізу попиту на створюваний продукт, і навіть інструментом для піару. Механізм простий – чим більше коштів вдалося залучити, тим вищий потенційний попит, чим більше заявив про себе, поки збирав кошти, тим більший так званий піар-вихлоп. Але знову ж таки, тут слід врахувати популярність автора проекту.

З одного боку, суми зборів на українських Краудфандингових платформах дуже незначні. З іншого - легше проводити кампанію, не потрібно володіння англійською для спілкування, без чого на зарубіжних платформах не можливо отримати необхідні кошти; немає труднощів з отриманням зібраних коштів.

Основні проблеми Краудфандинга в Україні, як і в світі, пов'язані, по-перше, з недостатньо розвиненою інфраструктурою, а по-друге, з відсутністю інтересу з боку можливих вкладників, що обумовлено

низькою фінансовою грамотністю населення. До основних труднощів можна віднести те, що не повсюдно є якісний Інтернет, а також не всі знають, як платити банківськими картками в Інтернеті. Разом з тим, у країнах, що розвиваються, Краудфандинг має гарні перспективи для розвитку, враховуючи ще ненасичений ринок соціальних медіа, які є головним інструментом у цьому методі фінансування.

Проте неможливо не погодитися з тим, що існують серйозні бар'єри для його використання в Україні: перш за все, це проблеми, пов'язані з відсутністю законодавчого забезпечення, невирішеними питаннями з оподаткування та державної підтримки, недостатність засобів захисту інтелектуальної власності і т.ін.

Крім того, існують й інші ризики, пов'язані з авторами проектів - це шахрайство; несумлінність позичальників у дотриманні умов фінансування; низький рівень довіри - цей фактор пов'язаний з тим, що донор незахищений державними органами. Наявність таких проблемних аспектів вимагає якнайшвидшого їх дослідження та усунення. Тому першочерговими заходами з боку держави з метою забезпечення сталого розвитку краудфандингу як дієвого фінансового інструменту залучення коштів малого та середнього бізнесу повинні стати:

- прийняття закону "Про краудфандинг", або внесення змін в існуючий закон "Про фінансові послуги";

- прийняття механізму оподаткування доходів, отриманих від краудфандингу для комерційних проектів;

- забезпечення доступності процедури отримання авторського права для власників ідей;

- введення адміністративної відповідальності у вигляді санкцій і штрафів за подання авторами проекту недостовірної інформації, несвоєчасне виконання або невиконання умов проекту та шахрайства з коштами спонсорів;

- законодавче закріплення прав участі спонсорів у такого роду проектах.

Основним ризиком краудфандинга багато експертів вважають шахрайство, оскільки під виглядом благодійної ініціативи або цікавого проекту може бути організований збір коштів, які в підсумку не дійдуть до заявленого адресата і осядуть в руках зловмисників [3].

**Висновки з проведеного дослідження.** Хоча на сьогоднішній день ринок вітчизняного краудфандингу робить тільки перші кроки на шляху свого розвитку, перспективи у нього величезні. Адже охоплення української інтернет-аудиторії — 15 млн. користувачів, які в середньому проводять 20 годин на тиждень в мережі. Довіра людей до різних майданчиків поступово зростає (це видно на прикладі інтернет-аукціонів). А значить, буде збільшуватися і обсяг грошового потоку від приватного населення — до ініціаторів різноманітних проектів і стартапів

#### Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт платформи Kickstarter. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.kickstarter.com>;
2. Library of the foreign words. Available at: <http://www.jnsn.com.ua/cgi-in/u/book/sis.pl?Article=10223&action>;
3. Васильчук І.П. Краудфандинг як феномер постіндустріальної економіки. / І.П. Васильчук // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. – 2013. - № 11. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2500>;
4. Howe, J. (2008) Crowdsourcing. Why the power of the crowd is driving future of business, Three River Press, New York, USA;
5. Долгин А. Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка / А . Долгин .- М.: «АСТ», 2010. – 256с.;

6. . Hemer, J. (2011) “A snapshot on crowdfunding”, *The Open Access Publication Server of the ZBW*, vol. 1, pp.1 – 39;
7. Belleflamme, P. Lambert, T. and Schwienbacher, A. (2013) “Crowdfunding: tapping the right crowd”, *Journal of Bussiness Venturing*, vol. 7, pp.1 – 45;
8. Огородник В.О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної системи / В.О. Огородник // Науковий вісник Ужгородського університету. — 2014. — Вип. 3 (44). — С. 103—105.;
9. Фоменко А.О. Сучасні умови розвитку краудфандингу в Україні. / А.О. Фоменко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2013. - №3 (23). — с. 93-96;
10. Спільнокошт – краудфандинг в Україні. Офіційний ресурс. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bigggidea.com>;
11. Ответ на главный вопрос краудфандинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://geektimes.ru/post/148106/>;
12. Піратовський Г.Л. Бізнес-ангели як джерело формування венчурного капіталу / Г.Л. Піратовський // Наука та інновації. – 2008. – №3. – С. 55–74.

## REFERENCES

1. Ofitsiyniy sayt platformi Kickstarter. [Elektronniy resurs] – Rezhim dostupu: <https://www.kickstarter.com>;
2. Library of the foreign words. Available at: <http://www.jnsm.com.ua/cgi-in/u/book/sis.pl?Article=10223&action>;
3. Vasilchuk I.P. (2013) Kraudfanding yak fenomer postindustrialnoyi ekonomiki. / I.P. Vasilchuk // *Elektronne naukove fahove vidannya ‘Efektivna ekonomika’ Dnipropetrovskogo derzhavnogo agrarno-ekonomichnogo*

universitetu, 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2500>;

4. Howe, J. (2008) Crowdsourcing. Why the power of the crowd is driving future of business, Three River Press, New York, USA;

5. Dolgin A. (2010) Manifest novoy ekonomiki. Vtoraya nevidimaya ruka ryinka. M.: «AST», 256 p.;

6. Hemer, J. (2011) “A snapshot on crowdfunding”, *The Open Access Publication Server of the ZBW*, vol. 1, pp.1 – 39;

7. Belleflamme, P. Lambert, T. and Schwienbacher, A. (2013) “Crowdfunding: tapping the right crowd”, *Journal of Bussiness Venturing*, vol. 7, pp.1 – 45;

8. Ogorodnik V.O. (2014) Kraudfanding yak innovatsiyiniy instrument modernizatsiyi natsionalnoyi finansovo-investitsiyinoyi sistemi. *Naukoviy visnik Uzhgorodskogo universitetu*, 3 (44);

9. Fomenko A.O. (2013) Suchasni umovi rozvitku kraudfandingu v Ukrayini. *Visnik Berdyanskogo universitetu menedzhmentu i biznesu*, 3 (23);

10. Spilnokosht – kraudfanding v Ukrayini. Ofitsiyiniy resurs. [Elektronniy resurs] – Rezhim dostupu: <https://biggggidea.com>;

11. Otvet na glavniy vopros kraudfandinga [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: <http://geektimes.ru/post/148106/>;

12. Piratovskiy G.L. (2008) Biznes-angeli yak dzherelo formuvannya venchurnogo kapitalu. *Nauka ta Innovatsiyi*, 3.

## **ЯСТРЕМСКАЯ Н. Н. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ КРАУДФАНДИНГА В УКРАИНЕ**

*В статье рассмотрены особенности реализации проектов краудфандинг в Украине. Установлены основные причины отклонения темпов развития украинской краудфандинг от мировых тенденций, в частности недоверие инвесторов, отсутствие необходимой*

*инфраструктуры, недостаточный объем освещенной информации о авторах проектов и тому подобное. Рассмотрена структура инвестирования проектов краудфандинг в Украине, обоснованно сосредоточенность инвесторов на социальных проектах. Представлены этапы осуществления краудфандинг (подготовительный, поисковый и заключительный), установлены особенности реализации каждого из этапов. Определены общие тенденции развития краудфандинг в Украине, рассмотрены наиболее удачные проекты и существующие платформы, как украинские, так и международные. Определено, что основным риском краудфандингом является мошенничество, поскольку под видом благотворительной инициативы или интересного проекта может быть организован сбор средств, которые в итоге не дойдут до заявленного адресата и осядут в руках злоумышленников.*

**Ключевые слова:** краудфандинг, коммерческий проект, Kickstarter, IndieGoGo, Na-Starte, платформа для краудфандинг, Сильнокошт.

## **IASTREMSKA N. M. FEATURES OF KRAUDFANDING PROJECTS IN UKRAINE**

*In article features of realization kraudfanding projects in Ukraine are considered. The main reasons for the deviation of the pace of Ukrainian kraudfanding from world trends, in particular, distrust of investors, lack of necessary infrastructure, insufficient amount of information about the authors of projects, and the like. The structure of investing kraudfanding projects in Ukraine is considered, the concentration of investors on social projects is reasonably justified. The stages of the realization of crowdfunding (preparatory, exploratory and final) are presented, and the features of each stage realization are established. The general trends in the development of crowdfunding in Ukraine are determined, the most successful projects and existing platforms,*

*both Ukrainian and international, are considered. It is determined that fraud is the main risk of crowdfunding, because under the guise of a charitable initiative or an interesting project, a fundraising can be organized that will eventually not reach the declared addressee and settle in the hands of intruders.*

**Keywords: crowdfunding, commercial project, Kickstarter, IndieGoGo, Na-Starte, platform for crowdfunding, Strongkosht.**

Стаття надійшла до редакції 01.06.2017 р.