

УДК 336.4

## ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КРАУДФАНДИНГУ В УКРАЇНІ

Зіненко В.В., Фуга А.П., Ісхакова О.М.  
Університет митної справи та фінансів

У статті вивчається краудфандинг як сучасний механізм модернізації державної фінансово-інвестувальної системи. З метою найкращого осмислення поняття було переглянуто різноманітні його трактування і була приділена увага історичному походженню цього терміну. У цій роботі приведені цілі, місії, види, переваги та мінуси краудфандингу. Проаналізовано світові та українські платформи для краудфандингу. Досліджена історія розвитку краудфандингу в Україні.

**Ключові слова:** фінанси, інвестиції, фінансування, краудфандинг, інновації.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** У нинішньому суспільстві суспільно-фінансове формування як одиничних спільнот, так і спільноти в цілому безпосередньо залежить від здібностей залучення і результативного застосування економічних ресурсів. Швидке зростання інтернет-сфери надало стимул виникнення та подальшого функціонування не тільки нових змін підприємництва (стартапи, мережевий маркетинг та ін.), однак і різних конфігурацій електронного фандрайзингу. В умовах економіки знань виникають і стають все поширенішими технології краудсорсингу – ресурсомобілізуючі технології, що використовують соціальні мережі та Інтернет. До них відносяться інтелектуальний краудсорсинг, краудфандинг і краудінвестинг, краудрекрутинг та ін. Зазначені технології залучення креативних, інтелектуальних, фінансових, трудових ресурсів є масовими, дозволяє охопити значну кількість людей без територіальних, економічних соціальних, корпоративних та ін. обмежень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розвиток краудсорсингових технологій істотно актуалізує дослідження їх соціально-економічних основ, механізму, факторів і результатів. Першим дослідником краудсорсингу є американський журналіст Джефф Хау – автор книги «Краудсорсинг. Колективний розум як інструмент розвитку бізнесу». Він стверджував, що краудсорсинг заснован на одній простій ідеї, колективний розум продуктивніший за одну людину [1]. Спрямованість об'єднувати формування громадських методів фінансування з формуванням інформаційних технологій в обставинах глобалізації простежується і в дослідженнях автокефальних науковців. З числа цих досліджень необхідно відзначити роботи А.В. Длугопольський, приурочені до формування соціального сектора економіки і соціальних капіталів в період масових змін.

**Виділення не вирішених раніше питань, що є частиною загальної проблеми, яким присвячується стаття.** Незважаючи на досить стрімкі темпи поширення краудфандинг в абсолютно в усьому світовому суспільстві, академічне дослідження даного феномена тільки починається. Важливою проблемою, яка потребує наукового вирішення, вважається вивчення характеристик краудфандингу, які б дали можливість йому бути найбільш результативним інструментом фінансування підприємств та розширити його застосування.

**Метою статті є** вивчення форм та характеристик краудфандингу з метою подальшого застосу-

вання як інноваційного інструменту фінансових інвестицій, та визначення переваг і недоліків краудфандингу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Останнім часом загадкове іноземне слово «краудфандинг» все частіше зустрічається в Інтернеті. Вже багато хто знає, що воно походить від слів crowd – «натовп» і funding – «фінансування», тобто crowdfunding – це колективне фінансування благодійних і комерційних проектів. Однак мало хто знає, як і коли з'явилося народне фінансування, а також, кому і навіщо взагалі подібна форма фінансування може бути потрібна. Більш того, деякі ще й не підозрюють, що вже брали участь в краудфандингових проектах.

При всій своїй давній історії краудфандинг є відносно новим методом фінансування проектів за допомогою Інтернету. Після вдалих втілень в галузі некомерційних культурних і соціальних проектів краудфандинг набирає свою силу і в сфері фінансування стартапів (проектів, ідей бізнесу, розрахованих на швидку реалізацію) і локальних бізнесів. Найважливішими інструментами для обміну інформацією про краудфандингових проектах є соціальні мережі (спеціалізовані сайти Facebook, ВКонтакте, Twitter), які сприяють перетворенню соціального капіталу в капітал фінансовий і зменшення ролі посередників. Адже тепер можна отримати фінансування без участі банків, венчурних капіталістів або біржі. Процес став набагато простіше, прозоріше і демократичніше.

Треба сказати, що традиційні посередники відносяться до краудфандингу з певною обережністю, тому що бачать в ньому потенційну загрозу. Однак і для них краудфандинг в своєму роді корисний інструмент. Адаже з його допомогою вони можуть відслідковувати інноваційні ідеї і використовувати «мудрість натовпу» для оцінки потенційного успіху того чи іншого проекту з метою створення його клону або інвестування в нього традиційними способами [2].

Забезпечує цю взаємодію інтернет-посередник між сторонами (оператор), який виконує обмежену роль, починаючи від передачі інформації між сторонами і закінчуючи наданням засобів розрахунку і обліку фінансування і зобов'язань сторін, як правило, не виступаючи стороною по угоді. Це принципово відрізняє краудфандинг від таких схожих явищ, як, наприклад, мікрофінансування, де фінансовим донором є кредитна установа – оператор схеми. З технологічної точки зору,

краудфандінг є різновидом електронної комерції, де предметом купівлі виступають не товари і послуги, а зобов'язання продавця вжити кошти так, як він завляє.

Краудфандінгу, як правило, властива відсутність обмежень або вкрай низькі обмеження по мінімальній кількості вкладених грошей і по колу осіб, які можуть брати участь у фінансуванні. Як правило, права донора є невідчужуваними за винятком ситуацій, передбачених загальними нормами цивільного права. До краудфандінгу відносять всі види фінансування:

1. Безумовно-поворотне (боргове і акціонерне);
2. Умовно-поворотне (похідні цінні папери, передплата товару);
3. Безоплатне (грантове) фінансування.

Процедура краудфандінга в загальному випадку виглядає наступним чином:

- створення нового облікового запису на одному з краудфандінгових сайтів;
- розміщення короткого опису проекту;
- вказівка обсягу необхідного фінансування, а також ліміту часу на збір коштів;
- розрахунок витрат на подарунки інвесторам.

Більшість краудфандінгових сайтів (майданчиків) не стягують плату за розміщення проектів, проте в разі отримання необхідної суми вони беруть комісію 5–7%. Певні краудфандінгові майданчики використовують політику «все або нічого», суть якої полягає в тому, що, якщо автор проекту не набирає необхідну кількість грошей, то він нічого не отримує. Однак якщо проект збере більше, ніж необхідно, то автор отримує всі гроші.

Всього на сьогоднішній день налічується більше 450 краудфандінг-платформ різної спрямованості, більшість з яких знаходяться у США – 41%, Франції – 9%, Німеччині – 7% та Росії – 1% [2]. За способом фінансування розрізняють такі моделі краудфандінга: передзамовлення (покупка майбутнього продукту), роялті (отримання відсотка від прибутку), акціонерний (покупка акцій компанії) і кредитування [2]. Темпи зростання краудфандінга в 2014 році склали в Північній Америці – 145% (9,46 млрд. дол.), Азії – 320% (3,4 млрд. дол.), Європі – 141% (3,26 млрд. дол.) [2]. Лідером індустрії за кількістю інвестиції є крауд-кредитування, збори якого досягли 11,08 млрд. дол.

В Україні краудфандінг тільки розвивається. У чистому вигляді цього механізму немає. Але, як зазначають експерти ринку, є проекти, які мають з ним спільні риси. Це «Українська біржа благодійності», запущена Фондом Віктора Пінчука, «X-Ideas» від «Nescafe» і сайт «Велика Ідея». На «УББ» можна пожертвувати певну суму на «добру справу», переважно, на благодійність [3].

Найбільше відповідає характеристикам краудфандінгу проект «Велика Ідея», організований на Biggggidea-платформі, де люди представляють свої проекти, а спільнота у них інвестує. На сьогодні проект має сотні ідей та реалізований механізм спільного кошику, який реально працює. Там же можна ознайомитися з прикладами успішних проектів, які вже було здійснено та профінансовано СПІЛЬНОКОШТОМ [2].

Ще однією особливістю краудфандінгу як колективного, масового фінансування, що підвищує його ефективність, є використання переваг колаборативної фільтрації, широке застосування

якої також завдячує можливостям Web 2.0 і існуванню соціальних мереж. Коллаборативна фільтрація – це система обміну суб'єктивним досвідом, що дозволяє відбирати об'єкти й інформацію у відповідності зі смаком і перевагами кожної конкретної людини [4, с. 9].

Долгін А. визначає її як «клубну фільтрацію» і пояснює, що коллаборативна (клубна) фільтрація є універсальним механізмом споживчої експертизи учасниками певного клубу за інтересами якості чого б не було: речей, текстів, витворів і навіть самих людей [4, с. 9].

В контексті краудфандінгу слід додати, що об'єктом експертизи є краудфандінгові проекти і позитивне рішення такої експертизи має прояв у наданні коштів для фінансування тих проектів, які в очах експертів – учасників клубу – мають цінність.

В Україні краудфандінг починався з проектів дещо схожих з народним фінансуванням, таких як «Українська біржа благодійності» Фонду Віктора Пінчука, X-Ideas від Nescafe, які займаються благодійністю. Та останнім часом почали з'являтися свої краудфандінгові платформи. Першою краудфандінговою біржею була «Спільнокошт/BigIdea» ([www.biggggidea.com](http://www.biggggidea.com)), заснована в 2008 р. За допомогою сайту більше ніж 11,5 тис. користувачів зібрали близько 3 212 тис. грн. та профінансували 54 успішні проекти. Першими успішними проектами «Спільнокошту» були медійні та освітні ініціативи.

Сьогодні краудфандінгова платформа більше звертає увагу на колективне фінансування інновацій в сфері ІТ, відновлюваної енергетики та відповідального підприємництва [2]. Серед діючих платформ можна виділити також JQ Star ([www.jqstar.com](http://www.jqstar.com)), краудфандінгова платформа міста Славутич «Мій дім» ([www.e-slavutich.gov.ua](http://www.e-slavutich.gov.ua)). 1 лютого 2014 р. стартував новий сайт під назвою Na-Starte ([www.na-starte.com](http://www.na-starte.com)) [1].

Головною метою сайтів є допомога українським стартаперам по залученню фінансування на свої проекти. Краудфандінг в Україні сьогодні входить в фазу енергійного розвитку разом з поширенням Інтернету, користувачі мають змогу знайомитися з новими можливостями, які відкриває Інтернет-простір. Наведені приклади успішних інноваційних проектів, профінансованих завдяки краудфандінговим платформам, не залишають сумнівів в конкурентоспроможності українських стартапів не лише в нашій країні, а й в усьому світі.

Українські краудфандінгові платформи скоріш направлені на гуманітарні, соціальні, екологічні, культурні проекти, вартість яких порівняно невелика. Люди більше схильні надавати гроші на благородні справи, а не підприємцям, які починають свій бізнес. Бізнесові ідеї, які мають на меті отримання прибутку, автори виставляють на іноземних сайтах.

В сучасних умовах в Україні існує проблема недостатності захисту інтелектуальної власності, тобто у той самий час як ідея проекту розміщена, вона може бути миттєво скопійована. Ця проблема може бути вирішена завдяки завчасному заповненню усіх патентних документів, а також використанню авторських прав (копірайту) і торгової марки. Можна також використовувати нову форму захисту, яка підтримується Всесвітньою

Організацією із захисту інтелектуальної власності і має назву «творчий штрих-код», тобто учасники вшивають цифрові коди у творчих роботах, щоб визначити дозволений рівень використання.

Право на приватне відкриття і використання надається іншим учасникам, які погоджуються публічно не розкривати ідеї або не використовувати цю ідею без згоди оригінального творця. До того ж рівень довіри в суспільстві невисокий, але філософія краудфандинга ґрунтується на взаємній відповідальності, соціальній співучасті та вірі в те, що кожний може змінити щось у цьому світі. Тому деякі українці вважають, що краще звертатися до іноземних краудфандингових платформ. Підприємці не розуміють, що важливо згенерувати креативну та цікаву ідею.

Необхідно, перш за все, повести за собою, переконати інших у тому, що вона має право на життя. Також інколи люди просять грошей і не можуть навіть пояснити, на що вони їх витратять. Тоді як набагато ефективніше було б попросити особисто приєднатися до втілення ідеї: намалювати дизайн, створити сайт тощо. Цей інструмент добре працює не лише для бізнесменів-початківців чи творчих особистостей – краудфандингом ідеї користуються навіть відомі бренди.

Загалом, можемо узагальнити, що Україна є непривабливою для іноземного краудфандингу з декількох причин. По-перше, це значні проблеми з податковим законодавством, яке кожного року змінюється, це спричиняє неможливість співпраці в довгостроковій перспективі, по-друге, нестабільність економіки та національної валюти.

Вітчизняні проекти інформаційного спрямування та наукові розробки продаються закордон на початкових стадіях свого зародження через брак коштів на фінансування. Українець більш схильний фінансувати соціальні проекти, ніж віддавати кошти підприємцю-початківцю. Рівень довіри суспільства невисокий, через значну кількість шахрайства.

До недавнього часу фінансування бізнесу, проекту або підприємства включало збір великих сум від кількох осіб або фондів. Краудфандинг змінює цю ідею, шляхом використання мережі Інтернет, щоб звернутися до тисячі потенційних інвесторів. Особи, які бажають залучити кошти, створюють профіль проекту на певній платформі (веб-сайт). Потім, вони використовують різні способи, наприклад, соціальні мережі, для того щоб зацікавити якомога більше людей і отримати необхідну суму коштів для реалізації свого проекту.

Збір коштів може здійснюватися для різних цілей:

- реалізації сільськогосподарських проектів;
- запис музичного альбому;
- допомогу постраждалим в стихійних лихах;
- створення притулку для тварин;
- фінансування інноваційного продукту, технології і т. д.

**Висновки з даного дослідження і перспективи.** У підсумку, краудфандинг сьогодні – один з найбільш привабливих способів отримання фінансування для авторів творчих ідей і бізнес-проектів. Однак, незважаючи на сотні голлівудських історій успіху, зібрати потрібну суму грошей виходить далеко не у всіх. Як і все в цьому світі, краудфандинг має свої недоліки. Більшість краудфандингових платформ стягують комісію з успішних проектів; крім того, існують і процесингові збори платіжних систем (сумарно близько 7–10%). Це означає, що, чим більше успішний ваш проект, тим більше ви, в кінцевому підсумку, будете платити за рахунками.

На нашу думку, слід, спираючись на зарубіжний досвід, розділити вітчизняний краудфандинг на категорії, тим самим забезпечивши чітке розуміння прав і обов'язків сторін, що беруть участь в кожному конкретному виді краудфандинга, нехай то буде варіант пайової участі користувачів в проектах, отримання винагороди користувачами за грошовий внесок на користь проекту Організатора або, зовсім, безоплатне пожертвування. Також має сенс ввести в чинне законодавство термін «народне фінансування». Слід дати законодавче визначення для кожної зі сторін-учасників. Можливо, варто внести зміни і в податкове законодавство, а саме: ввести податкові пільги для проектів в галузі охорони здоров'я, соціального забезпечення, в духовній сфері, тому що вони, безумовно, мають велике значення для громадян нашої держави.

Які передумови зростання ринку краудфандинга в Україні? На наш погляд, їх три:

– по-перше, гроші приватних інвесторів дуже потрібні економіці. Банківські кредити дуже дорогі, і, якщо економічна ситуація в країні не почне різко покращуватися, компанії будуть прагнути залучати кошти фізичних осіб.

Сегмент кредитування за допомогою краудфандинга буде рости. Зараз подібні моделі кредитування в Україні поки рідкість;

– по-друге, на ринку краудфандинга з'являються проекти, пов'язані з нерухомістю та іншими сферами.

Щоб повірити в ідею, яка приносить прибуток, інвесторам потрібен позитивний досвід. Сучасним якісним проектам потрібно спочатку попрацювати на ринку хоча б рік-два, показати інвесторам дохідність, і тоді, можливо, в краудфандинг повірять більше людей;

– по-третє, фінансова грамотність в Україні в найближчому майбутньому буде зростати. У віддаленій перспективі будуть з'являтися якісно нові інвестори.

Молоде активне покоління набагато краще розуміє, що накопичення можна і потрібно інвестувати, а в світі існують не тільки банківські депозити. Крім того, це покоління мріє про фінансову свободу і вірить в її можливість.

## Список літератури:

1. Інвестиції по-українськи і «краудфандинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukr.net/news/investicii\\_po\\_ukrainski\\_i\\_kraudfanding-10761341-1.html](http://www.ukr.net/news/investicii_po_ukrainski_i_kraudfanding-10761341-1.html)
2. Краудфандинг – нове джерело екофінансування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.climateinfo.org.ua/content/kraudfanding-nove-dzherelo-eko-finansuvannya>

3. Коли в Україні з'явиться краудфандінг? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.ua/opinions/1334049-kogda-v-ukraine-poyavitsya-kraudfanding>
4. Краудфандінг: на що здатні приватні мікроінвестиції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://digit.ru/business/20130709/403158833.html>

**Зиненко В.В., Фуга А.П., Исхакова Е.Н.**

Університет таможенного дела и финансов

## **ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРАУДФАНДИНГ В УКРАИНЕ**

### **Аннотация**

В статье изучается краудфандинг как современный механизм модернизации государственной финансово-инвестиционной системы. С целью лучшего осмысления понятия было пересмотрены различные его трактовки и было уделено внимание историческом происхождении этого термина. В этой работе приведены цели, миссии, виды, преимущества и минусы краудфандинг. Проанализированы мировые и украинские платформы для краудфандингу. Исследована история развития краунфандинга в Украине.

**Ключевые слова:** финансы, инвестиции, финансирование, краунфандинг, инновации.

**Zinenko V.V., Fuga A.P., Iskhakova E.N.**

University of Customs and Finance

## **PROBLEMS OF INTRODUCTION AND USE OF CROWDFUNDING IN UKRAINE**

### **Summary**

The article is telling about crownfounding as a modern mechanism of modernization of the state financial and investment system. Various interpretations were revised and attention was paid to the historical origin of this term to better understand the concept. The goals, missions, types, advenatages and disadvantages are presented in this work. The history of development of crownfounding in Ukraine is investigated.

**Keywords:** finance, investments, financing, crownfunding, innovations.