

СУЧАСНІ УМОВИ РОЗВИТКУ КРАУДФАНДИНГУ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті описано сучасний стан розвитку краудфандингу в Україні. Краудфандинг — це колективна співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило, через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій. У основі послуги лежить спеціалізований інтернет-портал, на якому після детальної реєстрації користувач створює проект, що потребує фінансування.

Ключові слова: інноваційна діяльність, краудфандинг, фінансування проектів, інвестування, інтернет-портал, стартапи.

Summary. This article describes the current status of crowdfunding in Ukraine. Crowdfunding — a collective co-operation of people who voluntarily pool their money and other resources together, usually via the Internet, to support efforts by other people or organizations. At the core services is a specialized Internet portal that following a detailed registration a user creates a project that requires funding.

Key words: innovation, crowdfunding, project finance, investing, online portal startups.

Постановка проблеми. Активізація інноваційної діяльності підприємств в умовах ринкової економіки пов'язана передусім з пошуком джерел і форм інвестування, які мають забезпечити баланс між інноваційними витратами та фінансовими можливостями. Фінансування інноваційної діяльності визначає успіх чи невдачу програм і проектів. Здатність інноватора акумулювати достатньо коштів для реалізації інноваційних задумів впливає на швидкість виведення стартапу на ринок, а отже — на його комерційний успіх. Однак не кожен підприємець має достатньо власних коштів для цього, що зумовлює пошук інших джерел їх надходження. Вирішення проблем інноваційного розвитку потребує новітніх заходів щодо залучення фінансових ресурсів, що обумовлює актуальність дослідження проблем фінансування інноваційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В українській економічній літературі широко наведені загальні поняття та міркування щодо джерел та форм інвестування інноваційних проектів в національній економіці. Проблемою фінансування інноваційних проектів на початкових стадіях розвитку займалися такі науковці, як Г. Л. Піратовський, І. С. Кузнецова та ін. Вивченням проблеми державної підтримки розвитку інноваційних проектів займалися О. Ф. Морозов, І. О. Галиця та ін. Також відомі праці, спрямовані на систематизацію світового досвіду вказаної проблеми, наприклад, дослідження Д. Л. Старокадомського, А. С. Малишева, Б. А. Маліцького та ін.

Проте практично відсутні дослідження проблеми колективного фінансування некомерційних проектів в Україні. З цих питань наведена переважно несистематизована фактична інформація, публіцистичні огляди та інтерв'ю, міркування експертів-практиків, які часто мають протилежне бачення ситуації.

Мета статті полягає в аналізі існуючої в Україні ситуації стосовно джерел та форм колек-

тивного фінансування проектів, зокрема некомерційних [1, с. 136].

Виклад основного матеріалу. Краудфандинг (спільнокошт, від англ. Crowd funding, crowd — «натоп», funding — «фінансування») — це колективна співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило, через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій. Фінансування за схемою краудфандингу може виконувати різні функції — допомога постраждалим від стихійних лих, підтримка з боку вболівальників чи фанатів, підтримка політичних кампаній, фінансування стартап-компаній та малого бізнесу, створення вільного програмного забезпечення і багато ін. [2, с. 22].

Для стартування збору коштів обов'язково повинна бути задекларована мета, визначена ціна її досягнення, а обрахунок усіх витрат і процес збору мають бути відкриті для публіки у вільному доступі.

Краудфандинг зазвичай розглядають як окремий випадок краудсорсингу. За усією своєю багаторічною історією краудфандинг є відносно новим методом фінансування проектів за допомогою Інтернету. Після вдалих втілень у сфері некомерційних культурних і соціальних проектів краудфандинг набирає свою силу і у сфері фінансування стартапів. Соціальні медіа грають не останню роль в розвитку і просуванні краудфандингу. Facebook, Вконтакте, Twitter, спеціалізовані сайти є найважливішими інструментами для обміну інформацією щодо краудфандингових проектів і сприяють перетворенню соціального капіталу в капітал фінансовий. Соціальні мережі дозволяють створювати контент, поширювати його і, звичайно, обговорювати, минувши тим самим ланцюг звичних посередників.

Спеціалізовані інтернет-портали допомагають створювати максимально повний опис проекту або потреби у фінансуванні. Як правило, вони дозволяють використовувати вкладення у вигляді

фотографій, посилань на відео, документи (бізнес-план та інше). Тут же вказується сума, термін, на який притягуються гроші, і бажаний відсоток доходу потенційного інвестора. Якщо проект носить характер пожертвування, то вказується, що це безповоротна фінансова допомога. Нерідко такі портали дозволяють просувати проекти в популярних соцмережах, робити розсилку на список близьких і відомих вам електронних адрес і т. д.

Їх гідність в тому, що ці сервіси для приватних позичальників дають можливість інвесторові своїми очима побачити, куди він вкладає свої кошти. Крім того, це може бути фінансово вигідно. Подібна мережа дозволяє минути банк як додаткову ланку в ланцюжку постачань фінансових послуг, тим самим забезпечуючи більш високий дохід для інвестора і нижчу кредитну ставку для позичальника.

Зменшення ролі посередників характерне для краудфандинга в цілому. Тепер можна отримати фінансування без участі банків, венчурних капіталістів або біржі. Процес став набагато простіший, прозоріший і демократичніший. Слід сказати, що традиційні посередники відносяться до краудфандингу з деякою обережністю, тому що бачать в ньому потенційну загрозу. Проте і для них краудфандинг у своєму роді корисний інструмент. Адже з його допомогою вони можуть відстежувати інноваційні ідеї і використати «мудрість натовпу» для оцінки потенційного успіху того або іншого проекту з метою створення його клону або інвестування в нього традиційними способами.

Цей відносно новий інструмент дозволяє залучати через інтернет у великій кількості людей (різних груп людей) гроші для реалізації різноманітних ідей і проектів. У основі послуги: спеціалізований інтернет-портал, на якому після детальної реєстрації користувач створює проект, що потребує фінансування. Це може бути новий бізнес, запис музичного альбому, створення притулку для бездомних тварин, прохання про позику на купівлю побутової техніки або просто збір пожертвувань.

Класифікація краудфандингу. Краудфандинг можна розділити за двома категоріями:

- 1) за метою краудфандингового проекту (бізнес-проект, креативний, політичний, соціальний);
- 2) за метою для інвестора (пожертвування, нефінансова винагорода, фінансова винагорода, повернення боргу).

Розглянемо детальніше другу категорію, а саме можливі цілі для інвестора.

1. Пожертвування без винагороди.

Пожертвування зазвичай є добровільними актами, зробленими на основі альтруїзму і без яких би то не було зобов'язань для одержувача. В якості зворотної дії може виступати банальне «дякую», згадка донора на сайті і так далі. Як приклад таких платформ можна привести betterplace.org в Німеччині і respekt.net в Австрії. Обидві крауд-

фандингові платформи фокусуються на некомерційних соціальних проектах.

2. Пожертвування за нефінансову винагороду. Більшість краудфандингових проектів у сфері культури і розваг надають в якості винагороди подарункові CD, DVD, завантаження треків, контакти з авторами, автографи і так далі. Найуспішнішим проектом, що працює за таким принципом, є майданчик Kickstarter, який тільки за 2012 рік зібрав \$320 млн.

3. Передзамовлення. У цій концепції винагородою може бути сам фінансований продукт. Наприклад, книга, фільм, музичний альбом, програмне забезпечення, новий гаджет. Автори таких проектів обіцяють доставити продукт відразу після його виробництва. Таким чином, донори за цією моделлю краудфандингу стають першими володарями результату колективного фінансування. По суті цей підхід є передзамовленням продукції, але при цьому відмінно співвідноситься з принципами краудфандингу. Більшість краудфандингових майданчиків, що працюють за цією моделлю, у тому числі охоплюють і варіант нефінансової винагороди. Зазвичай це залежить від об'ємів фінансування кожною окремою людиною [3, с. 55].

4. Народне кредитування (краудінвестинг). Ця форма краудфандингу може існувати як у виді народного кредитування, так і у виді P2P кредитування, коли позичальник спілкується не зі знеособленою масою людей, а з безпосереднім кредитором. Краудфандинговий майданчик у цьому випадку виступає посередником і до певної міри гарантом усієї процедури. Переваги цієї форми краудфандингу для кредитора полягають в самій можливості надання кредитів, а для позичальника — в нижчих тарифах і зручності отримання кредиту. Першою краудфандинговою платформою (ще, по суті, до появи самого терміна), що працює за принципом кредитування, стала британська Zora. Серед інших успішних проектів можна також виокремити Smava в Німеччині і Babyloan у Франції.

Проте в ролі лідера ринку закріпилася американська платформа Lending Club, яка з 2007 по квітень 2013 року збрала більше \$1,5 млрд. і, враховуючи поточні темпи зростання, тільки за 2013 рік очікується дохід на рівні \$1 млрд. Нещодавно корпорація Google оголосила про купівлю міноритарного пакету акції платформи Lending Club, тим самим ще більше заявив про свої інтереси у цьому виді фінансування.

Доля народного кредитування за 2012 рік склала майже 50 % від усієї структури доходів ринку краудфандингу у світі і має усі шанси стати драйвером зростання надалі.

5. Акціонерне фінансування (краудінвестинг).

Мабуть, це найбільш передова форма краудфандингу, де в якості винагороди донор отримує частину власності, акції підприємства, дивіденди

або право голосування на загальних зборах акціонерів. Але разом із найбільш інноваційною формою краудфандингу цей підхід є одночасно і найбільш обговорюваним і суперечливим, тому що зачіпає організаційно-правову форму підприємства і пов'язаний з підвищеним ризиком для інвесторів.

Краудфандинг активно розвивається упродовж приблизно п'яти років. Одними з перших гравців на цьому полі вважаються американські портали LendingClub.com і Prosper.com, які були створені в 2006 і 2007 рр.

Темпи зростання ринку краудфандингу насправді вражають. За 2012 рік було зібрано \$2,7 млрд., перевищивши при цьому на 81 % показники 2011 року.

Краудінвестингові платформи розкидані по всьому світу, і з кожним днем їх стає все більше [4, с. 95].

Найбільш масштабний американський сервіс Kickstarter сформував новий принцип інвестування. Щомісячно Kickstarter б'є рекорди зібраних сум на творчі проекти: останній — \$10 мільйонів на один проект. З 2009 року на платформі зібрали більше за \$100 мільйони. Сервіс приймає гроші через систему Amazon Payments, при цьому забирає 5 % зібраної суми грошей, ще 3–5 % бере Amazon. Зареєструвати свій проект може будь хто, але одержувачем кінцевої суми зобов'язаний бути резидент США.

Механізм колективного фінансування включає такі етапи.

Підготувати план. Перед тим як запропонувати проект, автор зобов'язаний підготувати детальний план його реалізації. Потім вибрати термін, за який треба зібрати гроші. Також необхідно продумати винагороди, які отримають вкладники після успішного збору коштів. Це можуть бути музичні альбоми, книги з автографом автора або вираження вдячності в ЗМІ.

Можна збирати кошти на проекти у сфері охорони здоров'я, освіти, літератури, спорту, музики, наукових досліджень, професійних подорожей і журналістики.

Ідею необхідно представити на сайті, обов'язковою умовою є відеовізитка, в якій коротко розповідається про ідею і іноді авторів. Як показує практика, від якості промовидео та його креативності безпосередньо залежить, збере проект потрібну суму або ні.

Знайти вкладників. Пошук зацікавлених вкладників та інформаційний супровід проектів — у першу чергу обов'язок самих авторів. Для цього вони ведуть блог, де повідомляють останні новини, опубліковують фотографії і важливі графічні матеріали. Також автори повинні просувати свій проект через соціальні мережі.

Укласти договір. Якщо ініціатива устигає набрати потрібну суму, автор укладає договір із власником порталу і отримує цей фінансовий грант. І далі самостійно підтримує зв'язок із вкладника-

ми, інформуючи про розвиток і просування ідеї. Якщо потрібну кількість грошей зібрати не вдалося, накопичені засоби повертаються вкладникам, а проект знімають із сайту.

Поява подібних сервісів в Україні, як і у всьому світі, неминуха. Хоча є і законодавчі обмеження. Зокрема, неоднозначність трактування терміна «фінансові послуги» в Законі України «Про фінансові послуги і державне регулювання ринків фінансових послуг». Проте, окрім цього, існує ще і проблема довіри до цього сегменту і фінансової галузі в цілому. 5 років для нового сегменту ринку — це дуже мало. Пройде ще немало часу, доки спеціалізовані платформи завоюють довіру як приватних інвесторів, так і потенційних позичальників у нашій країні [5].

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. Крім того, люди більше схильні давати гроші соціальним проектам, на благі справи, а не підприємцям-початківцям. 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.

Часто справа в самих підприємцях. Багато хто з них не розуміє, що важливо не лише згенерувати ідею, але й захопити, повести за собою, переконати інших в тому, що вона має право на життя. Є також формальний момент, який багатьох зупиняє. Як правило, у подібних платформах є вимоги до одержувача грошей — бути місцевим резидентом, мати банківський рахунок в певній країні тощо.

Цей інструмент підходить не лише для бізнесменів-початківців або творчих осіб — краудсорсингом ідей користуються навіть такі великі бренди, як Google або Coca-Cola. Звичайно, краудсорсинг і краудфандинг — не панацея для бізнесу, вони не зможуть замінити інвестора, його знання ринку, зв'язків і контактів. Але подібні інструменти надають великі можливості для стартапов на ранньому етапі розвитку. Адже це не лише шанс притягнути засоби на прийнятних для себе умовах. Головне — це можливість протестувати свою ідею і дізнатися, наскільки вона важлива і потрібна людям. У краудфандерах стартапер знайде своїх справжніх однодумців, людей, які повірять в проект і стануть його першими користувачами.

Висновки. Разом із соціальними і некомерційними завданнями Краудфандинг має потенціал стати альтернативною формою фінансування бізнес-проектів на ранній стадії. Ключовими перевагами і цілями краудфандингу є:

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

— підтримка інноваційних рішень і стартапов, що, у тому числі, дозволить традиційним посередникам знаходити успішних і талановитих людей;

— створення прозорого та ефективного механізму для народного фінансування проектів.

Література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. — 2002. — № 36. — Ст. 266.
2. Рибицький В. Б. Аналіз та прогноз інноваційно-інвестиційної діяльності / В. Б. Рибицький, В. В. Саботюк // Інвестиції та інноваційний розвиток. — 2009. — № 1. — С. 19–28.
3. Піратовський Г. Л. Бізнес-ангели як джерело формування венчурного капіталу / Г. Л. Рибицький // Наука та інновації. — 2008. — № 3. — Т. 4. — С. 55–74.
4. Кузнецова І. С. Інститут венчурних інвестицій: стан та перспективи розвитку в Україні / І. С. Кузнецова // Наука та інновації. — 2008. — № 1. — Т. 4. — С. 87–95.
5. Нежиборець В. Венчурне інвестування в Україні: стан та перспективи [Електронний ресурс] / В. Нежиборець // Теорія і практика інтелектуальної власності. — Режим доступу : <http://www.ndiiv.org.ua/index.php/2009-05-25-13-09-10/266-2009-10-07-11-27-58>.