

Слісєєва Л.В.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри аналітичної економіки та природокористування,  
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

## КРАУДФАНДИНГ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В КОНТЕКСТІ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ

**Анотація.** У статті досліджено стан, проблеми та перспективи розвитку вітчизняного краудфандингу та участь українців у світових краудфандингових платформах. Установлено, що традиції краудфандингу є достатньо новими для України, каталізатором формування яких стали кризові явища в 2014–2016 рр. Проаналізовано найбільш успішні українські стартапи, які отримали фінансування за рахунок вітчизняних і зарубіжних краудфандингових майданчиків. З'ясовано, що українські проекти мають переважно соціальний характер, тоді як за кордоном більше цінуються технологічні новинки та товари just for fun.

**Ключові слова:** краудфандинг, краудфандингові платформи, стартап, довіра, інноваційний проект.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі суспільного розвитку одним із глобальних трендів стає суспільна готовність допомагати людям, проекти, ідеї чи інновації яких надихають. Для цього використовують різні інструменти соціальної взаємодії. Одним із них є краудфандинг, експонентний розвиток якого спостерігається у світі впродовж кількох останніх років. Якщо в 2010 р. краудфандингові платформи мобілізували 880 млн. дол., у 2012 р. – 2,7 млрд. дол., у 2013 р. – 6,1 млрд. дол., у 2014 р. – 16,2 млрд. дол., то в 2015 р. – понад 34,4 млрд. дол. [1]. За кордоном каталізатором розвитку краудфандингу стала криза 2008–2009 рр., в Україні – події 2014–2016 рр. Народне фінансування Майдану та антитерористичної операції свідчить про стихійну спробу побудови вітчизняної суспільної моделі, яка дає змогу залучати необхідні ресурси за допомогою горизонтальних зв'язків. У зв'язку із цим дослідження особливостей розвитку краудфандингу в Україні як частини глобального тренду є достатньо актуальним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Деякі аспекти такої проблеми вивчали аналітики Світового банку [2], П. Діамандіс [3], С. Котлер та ін. Серед українських науковців можемо відзначити праці О. Марченка [4], В. Огородник, Ю. Петрушенка [5], Н. Супрун [6] та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте в їх роботах недостатньо повно розкриті сучасні тенденції та оцінені перспективи розвитку вітчизняного краудфандингу, участь українців у фінансуванні чужих проектів на світових краудфандингових платформах та можливостей використання цього глобального феномену для стимулювання економічного зростання в національній економіці.

**Мета статті** полягає в аналізі стану, проблем та перспектив формування вітчизняної моделі краудфандингу з урахуванням зарубіжного досвіду.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Краудфандинг – це співпраця, кооперація людей, які добровільно надають фінансову підтримку стартапу, інноваційному проекту, ідеї

або організації. Така допомога не завжди є односторонньою та має альтруїстичний характер [3, с. 144–146]. Часто особи, які здійснюють грошові пожертви, насправді виступають інвесторами, отримуючи за це певну вигоду.

Краудфандинг не є новим явищем у світовій економіці [4; 5]. Окремі дослідники вважають, що його становлення розпочалося з 1949 р., коли комедійний актор М. Берле провів перший телемарафон на підтримку Фонду досліджень раку імені Д. Раніона для збору соціальних пожертв [2]. Тоді за 16 годин було зібрано понад 100 тис. дол. Проте глобальним феноменом краудфандинг став лише після кризи 2008–2009 рр.

Краудфандинг – залучення коштів на реалізацію проекту від багатьох фізичних осіб. У перекладі з англійської (crowd – натовп, funding – фінансування) це поняття означає «народне фінансування». Проекти можуть мати соціальний, комерційний, політичний характер тощо. Суб'єктами краудфандингу є донори та реципієнти. Донори (бекери) можуть здійснювати пожертви для реалізації проекту або ж отримання нефінансової (подарунок, попереднє замовлення продукту) чи фінансової (акції, роялті, повернення коштів із відсотком) винагороди. Проект можна запустити безкоштовно, проте для його успіху необхідне максимальне залучення людей. Для цього потрібно не лише зареєструватися та вибрати схему фінансування, а й провести масштабну маркетингову кампанію, заручитися довірою й підтримкою багатьох користувачів платформи через соціальні мережі та засоби масової інформації тощо.

Однією з найвідоміших світових краудфандингових платформ є Kickstarter, яка була заснована в 2009 р. [7]. Вона спрямована на реалізацію насамперед інноваційних проектів. Найбільшим попитом користуються ідеї, що пов'язані з технічними винаходами, софтом, музикою чи відео. Власник проекту зобов'язаний указати термін та мінімальну суму коштів, яку необхідно зібрати за допомогою краудфандинг-майданчику. Він повинен розмістити опис стартапу за однією з категорій платформи: мистецтво, ремесло (рукоділля), танець, дизайн, мода, кіно і відео, продукти харчування, журналістика, ігри, музика, фотографія, видавництво, технологія, театр. Якщо за вказаний термін необхідна мінімальна сума не була зібрана, гроші повертаються донорам. Kickstarter отримує 5% усіх залучених коштів. Цю платформу часто критикують, звинувачуючи її в надмірній комерціалізації та специфіці відбору проектів. Водночас окремі користувачі розглядають цю краудфандингову платформу не як соціальний проект, а як магазин попереднього продажу продуктів. Найбільш відомими проектами Kickstarter стали смарт-годинники Pebble, консоль OUYA, 3D-принтер FORM 1, окуляри Oculus Rift тощо. Їм удалося мобілізувати 10,3 млн. дол., 8,6 млн. дол., 2,9 млн. дол., 2,4 млн. дол. відповідно. Проте українців на Kickstarter мало. Основними пере-

шкодами для цього є мовний бар'єр та проблеми з виведенням коштів.

Найбільшими українськими стартапами, які були профінансовані за допомогою Kickstarter, стали LaMetric (зібрано 369 тис. дол.), Petcube (251 тис. дол.), iBlazr (156 тис. дол.). LaMetric – універсальний годинник, розроблений львівською командою, який показує температуру, погоду, новини з бірж тощо. iBlazr – світодіодний спалах для смартфонів та планшетів, який вільно синхронізується з iPhone, iPad та Android. Не менш успішним серед українських проектів став стартап Petcube, який призначений для дистанційного спілкування з домашніми тваринами. Його засновниками стали А. Нескін, А. Клен та Я. Ажнюк. На Kickstarter проект Petcube з'явився в 2013 р. За словами Я. Ажнюка, підготовка інноваційного проекту зайняла майже 14 місяців. За короткий термін часу проекту вдалося акумулювати 3,8 млн. дол. інвестицій. Нині компанія має офіси в Києві, Сан-Франциско, Шеньчжені, а їх виробництво реалізується найбільшими торговельними мережами BestBuy, Amazon, Petco. Станом на початок лютого 2017 р. Petcube представив два успішні проекти на Kickstarter. В одному випадку засновники зібрали 251 225 дол. (було заплановано 100 тис. дол.) від 1 758 інвесторів, у другому – 319 193 дол. (ціль – 200 тис. дол.) від 2 229 інвесторів. Значна кількість донорів дала змогу стартапу отримати ангельські інвестиції та потрапити до китайського акселератора NaXlr8r. У березні 2015 р. Petcube отримав 1 млн. 100 тис. дол. інвестицій від Almaz Capital і AVentures Capital. Про вагомість такого інноваційного проекту свідчить і той факт, що його розробники потрапили до списку 100 людей – творців змін в Європі.

Нині відомі ще щонайменше три інноваційні проекти, запропоновані українцями, які отримали визнання на Kickstarter: Jollylook, Senstone, RollSpin [7]. У двох із них – Jollylook, Senstone – термін завершення кампанії на Kickstarter припадає на 3 березня та 18 березня 2017 р. відповідно.

Jollylook – фотокамера для миттєвих знімків, виготовлена з переробленого паперу та картону. Проектна група із Запоріжжя поставила за мету зібрати 15 тис. дол., тоді як лише за одну добу отримала 90 тис. дол. Станом на 23 лютого 2017 р. уже вдалося мобілізувати 331 866 дол. від 5 445 інвесторів.

Senstone – технологічний приклад, який схожий на чорний кулон, що дає змогу перетворювати голосові сигнали у текст. Львівський проект уже зібрав 154 722 дол. від 1 481 інвестора, хоча початково планувалося отримати лише 50 тис. дол.

RollSpin – одеський стартап, що пропонує антистресову дзигу. Цей проект зібрав близько 17 тис. дол. від 320 донорів.

Зазначимо, що всі перераховані проекти належать до категорії Product Design, які особливо користуються попитом на Kickstarter. Водночас низка специфічних вимог цієї краудфандингової платформи може створити перешкоди для реалізації українських стартапів: 1) наявність рахунку на Amazon Payments; 2) представництво в команді представника зі США або однієї з країн, де офіційно запущений Kickstarter.

Ще однією світовою краудфандинговою платформою, з якою співпрацюють українці, є Indiegogo [8]. На цій платформі немає обмежень щодо типу проекту та географічної локації компанії. Найбільш успішними напрямками на такій платформі є проекти, які покращують побут та навколишнє екосередовище. Перевагою цього краудфандингового майданчика є гнучке фінансування, коли реципієнт отримує зібрану суму навіть за умови, коли запланована мінімальна сума не була отримана.

Крім того, на Indiegogo нещодавно з'явилася опція «безкінечний краудфандинг», коли не вказується крайній термін завершення кампанії. Найбільш успішними проектами Indiegogo стали смартфон Ubuntu Edge (понад 13 млн. дол.), вулик Flow Hive (11,32 млн. дол.), розумний шолом Skully (2,8 млн. дол.), сімейний робот JiBo (2,3 млн. дол.).

Якщо для авторизації на Kickstarter та можливості акумулювання коштів необхідно мати статус місцевого резидента, то для Indiegogo – лише рахунок у банку. Крім того, існує чимало вузькоспеціалізованих краудфандингових платформ. Реалізації музичних, літературних проектів сприяють PledgeMusic, Unbound и Distrify, тоді як створенню стартапу – Fundable, Crowdcube и Seedrs. Проте в кожному із цих проектів варто пояснити, чому саме цей проект заслуговує на інвестування, чим він буде корисний суспільству, як змінить світ та як інвестиції повернуться донорам.

У такий спосіб українці мають можливість представляти власні стартапи на іноземних майданчиках та долучатися до фінансування чужих проектів. Так, лише протягом 2014 р. понад 1 тис. осіб з України профінансувала 259 тис. дол. Таким чином, можемо стверджувати, що проблема довіри та мотивації є ключовими у розвитку краудфандингових платформ в Україні.

Загалом на території України краудфандинг є достатньо новим феноменом. Проте останнім часом з'явилося кілька власних вітчизняних краудфандинг-майданчиків. Їх поява стала можливою через відродження традицій меценатства, поступову відмову від пострадянських звичок патерналізму, надмірної споживацької поведінки та пасивної громадянської позиції тощо [6]. Одним із найбільш успішних майданчиків краудфандингу в Україні є biggggidea.com [9]. Він був створений у 2009 р. для обміну ідеями між соціально активними людьми, тому й отримав назву Big Idea. У 2012 р. Big Idea запустив краудфандингову платформу «Спільнокошт», яка стала першим майданчиком колективного фінансування в Україні. На думку засновників платформи, вона спрямована на реалізацію проектів, які здатні забезпечити системні зміни в суспільстві та сприяти економічному зростанню національної економіки. У такий спосіб через такі платформи люди здатні фінансувати суспільні зміни. На платформі розміщують проекти у сфері охорони здоров'я, освіти, літератури, спорту, музики, науки, професійних подорожей та журналістики. Люди переважно фінансують проведення фестивалів, громадське телебачення, радіо, документальні та медичні проекти, міські інновації. Найбільший успіх тут мають проекти соціального підприємництва, які формують соціальний капітал суспільства та дають змогу отримати дохід його розробникам. Зрозуміло, що тут обсяг коштів можна акумулювати значно менший порівняно із зарубіжними платформами, проте можна оцінити попит на інноваційний продукт. Завдяки «Спільнокошту» фінансування отримали стартапи Hromadske.tv та Громадське радіо.

Український краудфандинг має переважно соціально-культурну спрямованість. Люди часто фінансують проекти, які змінюють культурне середовище. За словами експертів «Майстерні «Спільнокошту» Д. Бортнікова та О. Логвиновської, на створення «Спільнокошту» було зібрано 30 тис. грн. [9]. Станом на початок лютого 2017 р. у проекти цієї краудфандингової платформи українці вклали понад 10 млн. грн., до справи долучилися понад 21 тис. людей, профінансовано 157 проектів. Також експерти виділили основні переваги використання краудфандингу в Україні: мінімальні витрати, мінімальні ризики,

потужний Pг-трамплін та додаткові бонуси (соціальний капітал, тестування, зворотній зв'язок) тощо.

Серед одних із найбільш цікавих проектів «Спільнокошту» можна назвати театральний фестиваль «Документ», Громадське радіо, Babylon'13, проект «Квиток до успіху: взаємна допомога». Основні вектори фінансування – мистецькі некомерційні проекти, освіта, творча співпраця.

Проект театрального фестивалю «Документ» – некомерційний проект, який відбувся 27 жовтня – 6 листопада 2013 р. у Києві, Львові, Одесі, Херсоні, Харкові. Зібрані за допомогою краудфандингу 12 343 грн. дали змогу здійснити постановки вистав та взяти участь режисерам та їх робочим командам у воркшопах, семінарах, зустрічах тощо.

Громадське радіо – єдине в Україні, на думку організаторів, незалежне радіо, яке не належить владі, політикам чи бізнесменам. За зібрані кошти на краудфандинговій платформі їм удалося відремонтувати й запустити дві студії та заплатити річну орендну плату. Нині Громадське радіо робить спробу повторно зібрати кошти на краудфандинговій платформі для цілодобової ротатії.

Babylon'13 – спільнота кінорежисерів, які об'єдналися для фільмування революційних подій в Україні. До 1 січня 2014 р. на «Спільнокошти» вони отримали 31 650 грн. замість запланованих 25 тис. грн.

Соціальний проект «Квиток до успіху» призначений для розвитку лідерських і підприємницьких навиків у дітей-підлітків Львова й Львівської області, які виховуються у складних матеріальних умовах. Ідея виникла в громадській організації «Клуб ділових людей». Цей проект передбачав проведення чотирьох тренінгів, кількох зустрічей щодо управління проектами. Реалізація міні-проекту збрала 7 400 грн., хоча організатори просили лише 6 830 грн.

На «Спільнокошти» була запущена кампанія проекту «Суспільна платформа Печерська», спрямована на налагодження взаємозв'язків між жителями Печерська, а саме націлена об'єднати активістів, підприємців та творчих товариств. Pecher.sk – громадська ініціатива, яка передбачає створення сайту, де пропонуються зручні механізми для спільних дій. Необхідна сума – 100 тис. грн. Зібрані кошти активісти планують використати для розроблення сайту, оплати проектних координаторів, редакторів сайту та журналістів.

Під час вибору проекту важливо враховувати культурні відмінності між автором, бекерами та подавати свою ідею з точки зору конкретної аудиторії. Наприклад, американці із задоволенням вкладають гроші в проекти just-for-fun: іграшки, нескладні гаджети, чохла для телефонів та ін. Проте українці є більш прагматичними. Крім того, в Україні немає культури інвестування. Для прикладу, у США звичним явищем є те, що після відгуків на сайтах Quora, Reddit американець може швидко профінансувати цікавий проект. Натомість учасники ринку зазначають, що українці можуть довго вивчати проекти та в результаті нечасто здійснюють інвестиції.

**Висновки.** Таким чином, краудфандинг є потужним інструментом економіки взаємодії, розвиток якого належить до сучасних глобальних трендів. Американські та європейські традиції краудфандингу склалися не так давно, проте цьому сприяла сформована роками культура інвестування. Для України таке явище є достатньо новим, але перспективним. У сучасних умовах очищення банківської системи, значних коливань валютного курсу українці недостатньо довіряють традиційним фінан-

совим інститутам, а тому події останніх років можуть стати потужним каталізатором для розвитку краудфандингу в Україні. Крім того, нині чимало людей утримує значні суми готівки, вилучені з депозитних рахунків за останні роки, що потенційно здатні перетворитися на інвестиції. Позитивними результатами розвитку краудфандингу в Україні є також те, що він має переважно соціальну спрямованість. У такий спосіб розвиток краудфандингу сприятиме формуванню традицій інвестування, прогресивній зміні цінностей нашого суспільства, появі альтернативного банківському фінансуванню, реалізації соціальних і економічних інновацій тощо. Водночас іноземний досвід переконливо демонструє ефективність такої соціальної моделі, а тому це важливо врахувати Україні для забезпечення сталого економічного розвитку та зменшення залежності від позичкових ресурсів.

#### *Література:*

1. Massolution in their 2015 Crowdfunding Industry Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>.
2. Crowdfunding's Potential for the Developing World. – Washington : World Bank, 2013. – 103 p.
3. Діамандіс П. Переможець : як досягти колосального успіху і вплинути на світ / П. Діамандіс, С. Котлер. – Київ : К. Fund, 2016. – 253 с.
4. Марченко О. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види / О. Марченко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2013. – № 4(15). – С. 26–35.
5. Петрушенко Ю. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю. Петрушенко, О. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1. – С. 172–182.
6. Супрун Н. Соціальне підприємництво як механізм розбудови солідарної економіки / Н. Супрун // Матеріали міжнародного симпозиуму «Соціальна та економічна солідарність – український вибір». – К., 2016. – С. 36–38.
7. Kickstarter [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.kickstarter.com/press?ref=hello>.
8. Єлисеєва Л.В. Експонентний розвиток краудфандингу як інструмент активізації інноваційної діяльності / Л.В. Єлисеєва // Економіка та суспільство. – 2017. – № 8 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://economyandsociety.in.ua/>.
9. IndieGoGo [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://www.indiegogo.com/#/picks\\_for\\_you](https://www.indiegogo.com/#/picks_for_you).
10. Велика ідея [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bigggidea.com/>.

#### **Єлисеєва Л.В. Краудфандинг в Україні: проблеми і перспективи в контексте зарубіжного опыта**

**Анотація.** В статті досліджено состояние, проблеми і перспективи розвитку отечественного краудфандинга і участие українців в мирових краудфандингових платформах. Установлено, что традиції краудфандинга достаточо новы для Украины. Катализатором их формирования стали кризисные явления в 2014–2016 гг. Проанализированы наиболее успешные украинские стартапы, которые получили финансирование за счет отечественных и зарубежных краудфандинговых площадок. Выяснено, что украинские проекты имеют преимущественно социальный характер, тогда как за рубежом больше ценятся технологические новинки и товары just for fun.

**Ключевые слова:** краудфандинг, краудфандинг-платформы, стартап, доверие, инновационный проект.

**Yelisiieva L.V. Crowdfunding in Ukraine: problems and prospects in the context of foreign experience**

**Summary.** In the article, the problems and prospects of development of the national crowdfunding and Ukrainian participation in world crowdfunding platforms are investigated. It is established that crowdfunding is a new phenomenon for Ukraine. The systemic crisis in Ukraine became the catalyst of the crowdfunding for-

mation. The most successful Ukrainian startups that received funding from domestic and foreign crowdfunding platforms are analysed. It is found that Ukrainian projects are predominantly social startup, while abroad foreign residents more value technological innovations and products «just for fun».

**Keywords:** crowdfunding, crowdfunding platform, startup, trust, innovative project.