

**Манаєнко І. М.,**

канд. економ. наук  
ORCID ID: 0000-0002-3246-3603

**Діденко А. С.**

Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

## **КРАУДФАНДИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ**

### **КРАУДФАНДИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА**

#### **CROWDFUNDING AS AN INNOVATIVE TOOL FOR BUSINESS DEVELOPMENT**

*У статті розглядається краудфандинг як інноваційний інструмент для розвитку бізнесу. Були досліджені сутність поняття, його історичні прояви, діяльність сучасних платформ, її результати та причини значно більшої популярності деяких платформ краудфандингу порівняно до інших, перспективи та тенденції розвитку краудфандингу в українському бізнесі, розглянуті його основні типи та принципи. Проаналізовано останні дослідження і публікації з даної теми. Розкрита актуальність поняття краудфандингу як інноваційного інструменту для розвитку бізнесу, важливість та перспективи його розвитку у світі, в тому числі і в Україні. Наведено тенденції регіонального розвитку краудфандингу. Детально проаналізовано основні інтернет-платформи краудфандингової діяльності в регіональному розрізі, їх вимоги та критерії фінансування. Визначено основні принципи даного фінансування. Наведено тенденції останніх років розвитку краудфандингу в Україні.*

**Ключові слова:** краудфандинг, проект, бізнес, інвестування, інноваційний розвиток, фінансування.

*В статье рассматривается краудфандинг как инновационный инструмент для развития бизнеса. Были исследованы сущность понятия, его исторические проявления, деятельность современных платформ, ее результаты и причины значительно большей популярности некоторых платформ краудфандинга по сравнению с другими, перспективы и тенденции развития краудфандинга в украинском бизнесе, рассмотрены его основные типы и принципы. Проанализированы последние исследования и публикации по данной теме. Раскрыта актуальность понятия краудфандинга как инновационного инструмента для развития бизнеса, важность и перспективы его развития в мире, в том числе и в Украине. Приведены тенденции регионального развития краудфандинга. Подробно проанализированы основные интернет-платформы краудфандинговой деятельности в региональном разрезе, их требования и критерии финансирования. Определены основные принципы данного финансирования. Приведены тенденции последних лет развития краудфандинг в Украине.*

**Ключевые слова:** краудфандинг, проект, бизнес, инвестирование, инновационное развитие, финансирование.

*The article discusses crowdfunding as an innovative tool for business development. The essence of the concept, its historical manifestations, activities of modern platforms, its results and causes much greater popularity of some platforms of crowdfunding in comparison with other, prospects and tendencies of development of crowdfunding in the Ukrainian business, its main types and principles were studied. Recent researches and publications on the topic were analysed. The article reveals the relevance of the concept of crowdfunding as an innovative tool for business development, importance and prospects of its development in the world, including in Ukraine. The trends of regional development of the crowdfunding are given in the article. Detailed analysis of the major online platforms such activities in the regional context, their requirements and criteria for funding. In the article the basic principles of finance. Shows the trend of recent years of crowdfunding in Ukraine.*

**Keywords:** crowdfunding, project, business, investment, innovation development, financing.

**Вступ.** У сучасному світі економічний розвиток суспільства і його окремих суб'єктів залежить від багатьох аспектів, з яких важливе місце займає пошук та залучення фінансових ресурсів для розвитку інноваційних сфер економіки. Інноваційні способи отримання коштів за допомогою веб-сервісів створюють суттєву конкуренцію традиційним формам, таким як банківські кредити. Внаслідок глобалізації і розвитку інформаційних технологій були створені соціальні мережі і нові форми фінансування, які базуються на громадській участі. Розуміння того, що самофінансування є актуальним способом пошуку ресурсів для власного розвитку з'являється у сучасному суспільстві все частіше. Дана стаття містить дослідження потенціалу одного з таких інноваційних інструментів для пошуку фінансування – краудфандингу. Віртуальна мережа розширює межі розвитку суспільства. Розвиток і активне використання інформаційних технологій сприяє стрімкому поширенню цього поняття у різних сферах бізнесу.

Проаналізувавши теоретичні напрацювання у сфері розвитку краудфандингу, варто зазначити, що у вітчизняній науковій спільноті краудфандинг поки що не розглядається у якості предмету теоретико-методичного дослідження. Натомість іноземні вчені активно аналізують дане поняття, розкриваючи його сутність, ефективність і види у своїх наукових напрацюваннях. У цьому напрямку активно працюють такі вчені, як Джефф Хау [1], Безуглова Є.Ю. [2], Липенцева Ю. [11], Санін М.К. [2]. Саме тому доречно здійснити дослідження за порушеною тематикою з метою поглиблення та узагальнення існуючих напрацювань.

**Постановка завдання.** Основною метою статті є характеристика краудфандингу як інноваційного інструменту розвитку бізнесу і дослідження його переваг як сучасного методу фінансування та розвитку бізнесу.

**Методологія.** Теоретичною основою проведених досліджень стали наукові теоретичні розробки і концепції провідних вчених. У процесі

досліджень застосовувались наступні методи: метод теоретичного узагальнення та порівняння, системний метод, метод індукції та дедукції тощо.

**Результати дослідження.** Вважається, що термін «краудфандінг» з'явився одночасно з терміном «краудсорсинг» в 2006 році, і його автором є ДжеффХауї (JeffHowe) [1], однак саме явище з'явилося набагато раніше. Масового характеру краудфандінг набув з появою і розвитком інтернету. Першим прикладом інтернет-краудфандінгу був збір коштів на організацію гастрольного туру рок-групи Marillion. У 1997 році без будь-якої участі самої групи її шанувальники організували і провели інтернет-кампанію зі збору коштів для фінансування музичного туру групи по всій території США. Їм вдалося зібрати 60 тис. дол. Пізніше група використала цей метод для запису і просування кількох своїх альбомів [2]. Саме відтоді краудфандінг набув широкого поширення і в інші сфери суспільства та бізнесу.

В загальному, краудфандінг слід розуміти як колективну співпрацю людей, які добровільно об'єднують власні ресурси, як правило через віртуальну мережу, задля підтримки зусиль інших людей чи організацій. Зазвичай для того, щоб виставити свій проект на платформу краудфандінгу, потрібно вказати ціль даного задуму, визначити необхідну суму та скласти калькуляцію всіх витрат. До того ж у ході збирання коштів усі користувачі повинні мати доступ до даної інформації.

Існує 7 основних принципів, яким повинні слідувати всі краудфандінгові проекти [3]:

1. Принцип успішності краудфандінгового проекту – інтерес великої кількості людей, які задіяні в одній проблематиці.

2. Емоційна залученість учасників. Це означає, що ідея повинна зачіпати почуття тих, хто буде її інвестувати.

3. Забезпечення інвесторів так званою нагородою. Так, наприклад, якщо людина збирає гроші на видавництво книги коміксів – вона дарує усім, хто допоміг зібрати гроші, примірник цієї книги.

4. Повинна бути чітка і конкретна мета всього заходу. Всі учасники акції повинні розуміти, чи є у зборі грошей практичний сенс. Тому в краудфандінгових проектах зазначена кінцева сума. Якщо цієї суми не оголошено, то інвестори просто не можуть оцінити ні реалізованість ідеї, ні серйозність намірів автора.

5. Довіра. Один з надійних і простих способів підвищити довіру – забезпечити верифікацію всіх рахунків і гаманців для збору грошей. Практично всі платіжні системи дають можливість підтвердити те, що власник гаманця реальний і він не шахрай. А якщо збором займається комерційна організація – вона просто зобов'язана дати всі свої реквізити, за якими її може легко перевірити будь-яка людина.

6. Повна прозорість збору коштів. Інвесторам важливо бачити, що їхні гроші надійшли на рахунок одержувача. І не менш важливо бачити, на які цілі ці гроші були витрачені. Якщо велику частку бюджету надав спонсор - користувачі теж повинні знати про це. Така можливість не тільки підвищить довіру до проекту, але і надихне інвесторів.

7. Останній принцип – зручність використання. Якщо є зручна кнопка для переказу грошей – її натиснуть, якщо немає – ніхто не піде в банк і не буде стояти у черзі, щоб надіслати свої 100 грн.

Краудфандинг може також відноситись до фінансування компанії за допомогою продажу малих часток підприємства широкому колу інвесторів. Цей тип краудфандингу нещодавно отримав особливу увагу американських посадових осіб. У квітні 2012 року віце-президент США Барак Обама підписав новий закон під назвою JOBS Act (Jump start Our Business Startups Act), що дозволяє стартап-компаніям збирати до 1 млн. дол. за допомогою краудфандинга, без подання паперів та реєстрацій на продаж акцій, як практикувалося раніше [3]. З кожним роком цей інноваційний інструмент розвитку бізнесу набирає обертів. Так, загальний обсяг збору коштів краудфандингу у світі в 2015 році становив 34 млрд дол. Лідерами із залучення коштів стали країни Західної Європи та Північної Америки[4].

Визначально, що саме 3 березня 2014 року – це день, який зробив краудфандингову модель по-справжньому популярною. Цього дня американська платформа Kickstarter залучила загальне фінансування розміром в 1 млрд доларів. Також, вражає те, що компанія, яка займалася фінансуванням фільму «Veronica Mars», поставила рекорд у часі збирання коштів: вони зібрали 2 млн. дол. за 12 годин на платформі Kickstarter. В цілому, наразі у світі налічується приблизно 6 млн. активним користувачів краудфандингових платформ [5]. Існує низка випадків, коли перспективні проекти збирають набагато більше коштів, ніж просять розробники. Так, наприклад, годинники на базі «електронного паперу» «Pebble». Розробники просили 100 тис дол на реалізацію проекту, а отримали 10 млн. дол.

Першим офіційно зареєстрованим веб-сервісом для краудфандингу був сайт Artist Share. Він був створений на початку 2000-х років із ціллю допомоги музикантам записувати їхні альбоми [5]. Слідом за ним з'явилися сайти для кіноіндустрії (в 2002 році засновано сайт FilmVenture.com)[6].

На даний момент найпопулярнішим веб-сервісом є сайт Kickstarter, який фактично став синонімом до слова краудфандинг. Цей сайт збирає комісію у розмірі 5 % від залучених коштів. Сервіс робить актуальним також і те, що він працює за принципом “Все або нічого”, тобто якщо ціль не досягнена і проект не зібрав заплановані кошти, то сайт забирає усі зібрані кошти. Проектами, які зібрали найбільшу кількість коштів на Kickstarter є вище згадані годинники

«Pebble» (10 млн. дол), сумки-холодильники «Coolest Cooler» (13 млн. дол), ігрова консоль «Ouya» (8,59 млн. дол.) [5, 7].

Найбільш легким для користування є сайт Indiegogo, який позиціонує себе як відкритий і доступний сайт для збору коштів. Якщо результат є успішним, то сервіс збирає комісію, яка складає 4%, якщо ж ціль не досягнута – 9%. Рекордні суми на даному сайті зібрали наступні проекти: смартфон «Ubuntu Edge» (13 млн.дол), вулик «Flow Hive»(11,32 млн. дол), розумний шлем «Skully»(2,8 млн. дол), сімейний робот «Jibo» (2,3 млн. дол) [5, 7].

Більшості підприємців, які вирішили залучити фінансування на розвиток бізнесу за допомогою краудфандингу, доводиться робити нелегкий вибір між цими двома найпопулярнішими платформами. Найбільш профінансовані кампанії на Kickstarter і Indiegogo зібрали близько 20,339 млн.дол. і 12,48 млн.дол. Тим не менш Indiegogo зростає більш швидкими темпами, ніж Kickstarter. Більш того, Indiegogo швидко нарощує кількість проектів, які зібрали більше одного мільйона доларів, яка в 2015 році становила 12 (FlowHive, Canary, Skully, eBike, Jolla, CatEars, Bluesmart та інші)[8, 9].

Що стосується популярних категорій, то на Indiegogo 64 топові проекти відносяться до розділу Технології, 7 – до категорії Фільми і по 5 – до Дизайну і Веб/Відео. Kickstarter домінує в Іграх (43 проекти), далі слідують Технології (31 проект) і Дизайн (15 проектів) [8].

При розгляді географічного розподілу проектів, слід враховувати, що Kickstarter має обмеження у розташуванні авторів, що змушує багатьох з них використовувати «агентські» акаунти або створювати тимчасовий бізнес в США виключно для запуску і проведення кампанії. Найбільша кількість проектів на Kickstarter зареєстрована в США(83). Для того, щоб відчувати різницю, слід зазначити, що ця кількість у таких розвинених країнах як Великобританія й Японія становить 7 і 3 проекти відповідно[8].

Щодо Indiegogo, то у США відомо 79 проектів, у Канаді – 5, у Великобританії – 4.Аналізуючи статистичні дані, можна прийти до висновку, що зібрати «всього півмільйона для початку» зовсім неважко. Але потрібно розуміти, що найбільш гучні проекти складають менше 1% від загальної кількості ідей, розробки яких розпочаті. Щоб потрапити в цей список, необхідно наполегливо працювати протягом декількох місяців до запуску кампанії, мати сильну команду і чіткі плани на майбутнє [8].

Менш відомими є сайти RocketHub, FundRazr (для некомерційних проектів). Ще одним краудфандинговим веб-сервісом є лондонський проект Go Get Funding. На цьому сайті можливо зібрати гроші для будь-якої цілі. Це може бути збір коштів на як на лікування домашньої тварини, так і на створення короткометражного фільму[5, 7].

Надалі розглянемо розвиток даного інструментарію фінансування бізнесу в Україні. Попри загальноприйняту думку про недовіру українців, є

прикладі успішно реалізованих за допомогою краудфіндингу проектів. Зокрема, успішний приклад ефективності колективного фінансування продемонстрували глядачі ТВі, що зібрали необхідну суму коштів для оплати податків даного каналу. Із запуском першої української краудфіндингової платформи «Велика Ідея» ([biggggidea.com](http://biggggidea.com)) у вересні 2012 року взяти участь в «народному» фінансуванні того чи іншого проекту стало ще простіше. Сайт платформи має три розділи: Спільнокошт, Практикита Можливості. Сьогодні ресурс об'єднує соціальних інноваторів, митців, критиків, соціальних підприємців, журналістів та громадських активістів з усієї України. Сто тисяч людей зі всього світу щомісяця відвідують платформу. Ресурс охоплює сфери, що безпосередньо впливають на суспільні зміни: соціальні інновації, відновлювальна енергетика, ІТ, ефективність людських ресурсів та продуктивність роботи, реформи країн світу, культурні проекти, відповідальне підприємництво, венчурна філантропія. Стартовий капітал для початку роботи Великої Ідеї було надано фондом Конрада Аденауера в розмірі 14 тис. грн. Більшість коштів, було витрачено на створення та запуск сайту платформи. Сьогодні Велика Ідея частково фінансується міжнародними фондами та організаціями-донорами Charles Stewart Mott Foundation, PactInc., USAID, National Endowment for Democracy. Велика Ідея отримує часткове фінансування, завдяки комісії з кожного успішного проекту [10].

Ще однією відомою платформою в Україні є сайт [Na-Starte.com](http://Na-Starte.com). Na-Starte дає все необхідне для успіху стартапу: корисні знайомства, аудиторію для свого проекту, практичні навички ведення бізнесу і масу позитивних емоцій. Тим самим надається можливість реалізуватися численним творчим талантам, допомагаючи їм домогтися визнання й успіху.

За 2015 рік українські розробники досягли неабияких результатів за допомогою краудфіндингу. Так, наприклад, у червні 2015-го, через два роки після запуску популярного LED-спалаху для смартфонів iBlazr, український стартап Conceptor анонсував новинку - iBlazr 2. На запуск другого покоління спалаху стартап вирішив зібрати 70 тис. дол. У результаті, на платформі Kickstarter iBlazr 2 профінансували за три дні, а за весь час кампанії вдалося зібрати 253,578 тис. дол. У 2014 році проект Robo отримав 200 тис. дол. інвестицій від американського венчурного фонду SOS Ventures і від англійських інвесторів, імена яких не розкриваються. Тоді команда переїхала в китайський hardware-акселератор HAXLR8R. У 2015 році вони запустили кампанію на Kickstarter, метою якої було зібрати 70 тис. дол. на розвиток продукту. В результаті Robo Wunderkind залучив набагато більше – 246,613 тис. дол. У 2014 році стартап Ecoisme привернув 80 тис. євро від польського інкубатора Hubraum. У травні 2015 компанія запустила кампанію на Indiegogo, щоб зібрати 50 тис. дол. на доопрацювання сенсора до стану готового продукту і запуск у виробництво першої невеликої партії пристроїв. Збір

коштів був вдалим і Eсоіsme привернув навіть трохи більше потрібного – 67,732 дол. У жовтні 2015 року проєкт FORCE вийшов на Kickstarter з метою зібрати 30 тис. дол. на запуск масового виробництва. За 30 днів запатентований українцями браслет зібрав необхідну суму – 30,314 тис. дол. [11].

**Висновки.** Таким чином, можна підсумувати, що таке поняття як краудфандинг є дуже актуальним і має великі перспективи у світі, в тому числі і в Україні. Краудфандинг має потенціал стати альтернативною формою фінансування бізнес-проєктів на ранній стадії. Ключовими перевагами краудфандингу є підтримка інноваційних рішень і стартапів, створення прозорого та ефективного механізму для народного фінансування проєктів. Сучасний ринок традиційного інвестування має певний фінансовий поріг, краудфандинг знімає це обмеження для потенційного інвестора і дозволяє авторам ідей обійти консерватизм інвестиційного ринку і реалізувати найсміливіші проєкти. Краудфандинг у найближчому майбутньому може зайняти провідне місце на ринку фінансових ресурсів. На сьогодні все більше стартапів, пов'язаних з інформаційними технологіями, залучають фінансування для свого розвитку саме через краудфандинг. На цьому етапі необхідно залучати активні наукові розробки стосовно маркетингу краудфандингу, а також щодо застосування цього шляху залучення коштів у проєктах, які стосуються соціально-економічного розвитку суспільства. Наукова новизна дослідження полягає у поглибленні та узагальненні тенденцій розвитку краудфандингу у світових масштабах та визначення перспектив даного інноваційного інструменту для розвитку бізнесу в Україні.

Практичне значення проведеного дослідження полягає в узагальненні світових тенденцій в даній області, що може стати аналітичним джерелом для потенційних учасників краудфандингу.

Перспективами подальших досліджень може бути обґрунтування та розробка рекомендацій щодо посилення розвитку краудфандингових платформ в Україні з точки зору економічної ефективності та впливу на розвиток стартапів різних секторів економіки.

#### **Література:**

1. Джефф Хау. Краудсорсінг. Колективний розум як інструмент розвитку бізнесу // Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business. – М.: «Альпіна Паблішер» – 2012 – с.288.
2. Санін М.К., Безуглова Є.Ю. Краудсорсінг в інноваційній діяльності // Праці гуманітарного факультету. Збірник наукових статей НДУ ІТМО. –2014. –С. 301 – 306.
3. Блог про краудфандинг [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.crowdfunding-russia.blogspot.com/2012/04/blog-post\\_28.html](http://www.crowdfunding-russia.blogspot.com/2012/04/blog-post_28.html)
4. Crowd Funding info and news site [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/](http://www.crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/)

5. Сайт допомоги проектам на Kickstarter.com в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.kickstart.com.ua](http://www.kickstart.com.ua)
6. Karelians Sergey. Crowd funding prospects: in the USA – the law, in Russia – fraud // Slon.ru. № 3. 2013.Р. 101-107.
7. Сайт компанії реєстрації доменних імен [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.imena.ua](http://www.imena.ua)
8. Топ 100 кампаній на Kickstarter и Indiegogo: о чем говорит статистика – Портал крауд-сервісів [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.crowdsourcing.ru/article/top100\\_kampanij\\_na\\_kickstarter\\_i\\_indiegogo\\_o\\_chem\\_govorit\\_statistika](http://www.crowdsourcing.ru/article/top100_kampanij_na_kickstarter_i_indiegogo_o_chem_govorit_statistika)
9. Сайт платформи краудфандингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.crowd.eco-n-tech.com/search\\_result/](http://www.crowd.eco-n-tech.com/search_result/)
10. Сайт “Велика ідея” [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.biggggidea.com](http://www.biggggidea.com)
11. Липенцева Ю. Итоги 2015: успехи украинского краудфандинга – Сайт електронного журналу “Ain” [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.ain.ua/itogi-2015-uspexi-ukrainskogo-kraudfandinga](http://www.ain.ua/itogi-2015-uspexi-ukrainskogo-kraudfandinga)