

## ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.34:330.352.3

### Експонентний розвиток краудфандингу як інструмент активізації інноваційної діяльності

**Єлісеєва Л.В.**кандидат економічних наук, доцент,  
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

У статті досліджено особливості експонентного розвитку краудфандингу від часу його появи до 2017 р. Конкретизовано причини виникнення, форми, бізнес-моделі краудфандингу. На прикладі однієї з найвідоміших краудфандингових платформ Kickstarter проаналізовано вигоди засновників краудфандингової платформи, а також реципієнтів та донорів проектів. Доведено, що краудфандинговий сервіс стає альтернативою банківському кредитуванню, венчурному фінансуванню, фінансуванню з боку бізнес-ангелів та є важливим інструментом для збереження заощаджень приватного сектору.

**Ключові слова:** краудфандинг, краудінвестинг, Kickstarter, інноваційна діяльність, стартап, економічне зростання.

Елисеева Л.В. ЭКСПОНЕНЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ КРАУДФАНДИНГА КАК ИНСТРУМЕНТ АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье исследуются особенности экспоненциального развития краудфандинга от времени его появления до 2017 г. Конкретизированы причины возникновения, формы, бизнес-модели краудфандинга. На примере одной из самых известных краудфандинговых платформ Kickstarter проанализированы выгоды основателей краудфандинговой платформы, а также реципиентов и доноров проектов. Доказано, что краудфандинговый сервис становится альтернативой банковскому кредитованию, венчурному финансированию, финансированию бизнес-ангелов и является важным инструментом для сохранения собственных сбережений.

**Ключевые слова:** краудфандинг, краудинвестинг, Kickstarter, инновационная деятельность, стартап, экономический рост.

Yeliseieva L.V. EXPONENTIAL DEVELOPMENT OF CROWDFUNDING AS AN INSTRUMENT OF ENHANCING INNOVATION

In the article the features of exponential development of crowdfunding since its appearance until 2017 are investigated. The causes of appearance, forms, business models of crowdfunding are analyzed. For example, we explore one of the most famous crowdfunding platforms – Kickstarter, analyze benefits of founders of crowdfunding platforms, the recipients and donors of projects. There is proved that crowdfunding service is an alternative to bank lending, venture capital, financing of business angels and is an important tool to preserve their savings.

**Keywords:** crowdfunding, crowdinvestment, Kickstarter, innovation, startup, economic growth.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку глобальної економіки все більше уваги акцентують на соціальному капіталі як важливому драйвері забезпечення інклюзивного економічного зростання. Одним із його інструментів є краудфандинг як механізм швидкої акумуляції грошових коштів із боку окремих людей – інвесторів із метою реалізації інноваційних проектів. В умовах, коли дорожчають банківські кредити, зростають вимоги до фінансування стартапів та малих підприємств дослідження такого механізму залучення коштів є особливо актуальним.

**Аналіз останніх досліджень.** Окремі аспекти цієї проблеми досліджували ана-

літики Світового банку [1], П. Діамандіс [2], С. Котлер та інші. Серед українських науковців можемо відзначити праці І. Васильчук [1], О. Марченка [2], В. Огородник [3], Ю. Петрушенка [4] та інших. Проте в їхніх роботах недостатньо повно розкриті сучасні тенденції розвитку краудфандингу та його механізми впливу на інноваційну діяльність.

**Постановка завдання.** Ми ставили за мету дослідити експонентний розвиток краудфандингу від часу його появи до 2017 р. як можливості та механізму активізації інноваційної діяльності.

**Виклад основного матеріалу.** Краудфандинг не є новим економічним явищем.

Перші краудфандингові платформи з'явилися наприкінці ХХ ст., проте особливий інтерес до них виник після кризи 2008–2009 рр. Причиною стало зменшення обсягу вільного міжнародного капіталу та підвищення критеріїв до фінансування стартапів, кредитування малого бізнесу тощо. Згідно з даними Google Trends поступове зростання інтересу до краудфандингу розпочалося з кінця 2010 р. У 2013–2016 рр. зафіксовано зростання кількості запитів користувачів щодо краудфандингу та можливостей його використання. Пік інтересу припав на липень 2015 р. Найбільше запитів здійснювали жителі Нідерландів, Австрії, Швейцарії, Сінгапуру, Іспанії, Бельгії, Франції, Португалії, Німеччини, Італії, Японії, Великої Британії. До недавнього часу значно менше ним цікавилися в Росії, Україні, Польщі, Чеській Республіці, Румунії тощо [7].

Історично краудфандинг виник у 1990-х рр. і початково передбачав акумулювання коштів від членів сім'ї та друзів. Перший успішний краудфандинг-проект був започаткований у 1997 р., коли британська рок-група збрала необхідну суму для власного туру через пожертвування своїх фанатів. Унаслідок цього у 2001 р. з'явилася перша спеціалізована краудфандингова платформа – ArtistShare [8]. Вона й нині спеціалізується на залученні шанувальників до творчого процесу митців. Учасники можуть бути спостерігачами або донорами реалізації творчих проектів. Із часу їх старту у 2003 р. проекти ArtistShare отримали значну кількість нагород, зокрема 10 премій та 29 номінацій на Греммі тощо.

Найшвидшими темпами краудфандинг розвивається в США та Європі. Важливим кроком у поширенні краудфандингу в США стало підписання президентом Б. Обамою закону «The Jumpstart Our Business Startups» (т. зв. «законопроект краудфандингу»). Цей закон був спрямований на зменшення регулювання малого бізнесу й узаконив краудінвестинг. Натомість повноцінна краудфандингова діяльність у Європі розпочалася лише у 2012 р., коли краудфандингове інвестування було апробовано в Нідерландах.

Краудфандинг поширений і в інших країнах світу. Наразі в Канаді зроблено спроби інституціоналізувати цей процес. У Мексиці проводять консультації з венчурними компаніями та бізнес-ангелами щодо краудфандингу. У Латинській Америці Бразилія лідирує в розвитку краудфандингового простору. В Азії найбільший інтерес до таких платформ проявляють Гонконг, Республіка Корея, Бруней та

Малайзія. Загалом кількість краудфандингових платформ постійно збільшується.

Таблиця 1

**Кількість краудфандингових платформ**

Країна	Кількість платформ	Країна	Кількість платформ
США	344	Бразилія	17
Франція	53	Канада	34
Італія	15	Австралія	12
Великобританія	87	Південна Африка	4
Іспанія	27	Індія	10
Нідерланди	34	Російська Федерація	4
Німеччина	26	Китай	1

*Джерело: [1, с. 18]*

Основними суб'єктами краудфандингового сервісу є донори (інвестори) та реципієнти. Їхня співпраця взаємовигідна для обох сторін. Реципієнти – люди, які на краудфандинговій платформі пропонують певний проект та представляють бюджет, тобто зазначають кількість грошей, що необхідна для запуску стартапу. Донори оцінюють такі проекти та можуть здійснювати їх інвестування. З одного боку, такі сервіси дозволяють здійснити апробацію проектів та оцінити обсяг попиту на запропонований продукт. Крім того, реципієнти здатні отримати за короткий проміжок часу достатньо «дешеві» гроші за допомогою яких можна швидко започаткувати власний бізнес та вийти на ринок із готовим товаром. У такий спосіб краудфандингові платформи поступово стали альтернативою банківському кредитуванню, венчурному фінансуванню, фінансуванню з боку бізнес-ангелів, створюючи сприятливі умови для розвитку малих підприємств, започаткування стартапів, розвитку креативного потенціалу окремих осіб тощо. Це своєю чергою суттєво впливає і на фінансовий ринок: висока швидкість та дешевизна залучених на краудфандингових сервісах коштів стимулює інші фінансові інститути шукати способи зменшення вартості власних грошових ресурсів та усунути інституційні бар'єри, які перешкоджають розширенню кількості клієнтів. З іншого боку, краудфандингове фінансування є вигідним і для інвесторів. В умовах високої недовіри до діяльності класичних фінансових інститу-

тів це – зручний та вигідний інструмент для збереження своїх заощаджень та отримання додаткової вигоди. Згідно з класифікацією П. Діамандіса залежно від вигоди, яку здатний отримати інвестор краудфандингових платформ, доцільно розрізнити чотири види краудфандингу: 1) пожертвування; 2) борг; 3) акції компанії; 4) винагороду або стимул [2, с. 144–145].

Пожертвування – класичні благодійні внески, які дозволяють скористатися інвесторам податковими пільгами. До таких платформ належать DonorsChoose, GlobalGiving, Causes.

Борг – це вид краудфандингу, який, за словами П. Діамандіса, можна назвати мікро-кредитуванням або позикою між фізичними особами [2, с. 145]. У цьому випадку залучені від інших людей кошти мають бути повернені разом із відсотками. Прикладами таких платформ є Kiva, LendingClub.

Краудфандинг, пов'язаний із використанням акцій компаній, є «наймолодшим» видом краудфандингу, який став можливий після прийняття відповідного закону Б. Обами, про який уже згадувалося вище. До платформ такого типу можна віднести Crowdfunder, Startup Crowdfunding та AngelList (для тих, хто вже отримав перші 100 000 дол. капіталу).

Винагорода або стимул використовуються у краудфандингових платформах найчастіше. Прикладами таких платформ є Indiegogo, Kickstarter, RocketHub.

Аналітики Світового банку пропонують розрізнити дві моделі краудфандингу – інвестування та пожертва, а в межах кожної з них виокремлювати такі бізнес-моделі:

Як бачимо, більшість бізнес-моделей краудфандингу передбачають винагороду в різних формах: попереднього продажу товару, отримання процентів за користування позиче-

ним капіталом, частки прибутку тощо. Навіть пожертва через благодійну бізнес-модель краудфандингу дозволяє одержати податкові пільги в багатьох країнах світу.

У такий спосіб краудфандингові платформи скористалися перевагами натовпу щодо прийняття рішень, відбору й реалізації інновацій. Для цього вони використовують мережі, соціальні профілі, віртуальну природу веб-комунікацій тощо. Наприклад, упродовж 2009–2013 рр. лідер ринку краудфандингу Kickstarter об'єднав майже 4,9 млн користувачів (29% із яких інвестували більше ніж один проект), допоміг реалізувати майже 50 тис. проектів, тоді як станом на початок 2017 р. ця платформа об'єднує вже 12 млн людей, які успішно профінансували 119 330 проектів обсягом 2,9 млрд дол. [9].

Потенційні можливості використання таких сервісів є значними. Тут мобілізуються вільні кошти, зосереджується високий рівень людського капіталу, концентруються креативність, талановитість та розвивається підприємницька культура. Це загалом є значним потенціалом для забезпечення економічного зростання та можливість обійти бар'єри традиційного фінансового ринку.

За останні кілька років спостерігався динамічний розвиток краудфандингу. Якщо у 2010 р. краудфандингові платформи мобілізували 880 млн дол., то у 2012 р. – 2,7 млрд дол., 2013 р. – 6,1 млрд дол., 2014 р. – 16,2 млрд дол., 2015 р. – понад 34,4 млрд дол. [10]. Краудфандинг розвивається експонентно. За оцінками Світового банку прогнозується, що до 2020 р. оборот краудфандингу становитиме 90 млрд дол. [1]. Проте, на думку американського економіста Ч. Барнета, якщо тенденція подвоєння триватиме далі, то 90 млрд дол. краудфандинг здатний мобілізувати вже у 2017 р. [11].

Таблиця 2

### Основні характеристики різних краудфандингових моделей

Краудфандингова модель	Бізнес-модель	Ознаки
Пожертвування	Благодійна (Donation-based)	Це філантропічна модель, яка не передбачає грошової компенсації за надання допомоги.
	Винагородна (Reward-based)	Базується на отриманні певної вигоди, наприклад, попереднього продажу товару чи отримання подарунку.
Інвестування	Equity-based	Краудфандери стають рівноправними співвласниками проекту та беруть участь у розподілі прибутку.
	Lending-based	Це боргова позика, як правило, під фіксовану процентну ставку, яка має чіткий графік повернення.
	Royalty-based	Інвестори отримують роялті, які виплачуються за поточне користування їх активами.

Джерело: [1, с. 20]

У структурі краудфандингу 2015 р. переважало lending-based інвестування. Воно склало майже 73% усіх залучених коштів за допомогою краудфандингу. Дещо менше вдалося акумулювати через пожертви (2,85 млрд дол.), винагороду (2,68 млрд дол.), акції (2,56 млрд дол.), а найменше – через роялті (405 млн дол.) [10]. Проте, зважаючи на те, що equity-based краудфандинг з'явився лише з 2013 р., можна стверджувати про швидкі темпи розвитку краудінвестингу також.

Найбільш відомими зарубіжними краудфандинговими майданчиками є Kickstarter, GoFundMe, Indiegogo, AngelList, Crowdrise, Crowdfunder, Fundly, FundRazr, Razoo, CircleUp, CauseVox, Quirky, RocketHub, Appbackr, StartSomeGood, Peerbackers та InvestedIn.

Однією із найбільш відомих краудфандингових платформ є Kickstarter. Ця платформа стартувала у квітні 2009 р. в США. Її засновниками були П. Чен (Perry Chen), Я. Стріклер (Yancey Strickler), Ч. Адлер (Charles Adler). Згодом вона стала доступною для інших країн: із 2012 р. – Великобританії, 2013 р. – Канаді, Австралії, Новій Зеландії, 2014 р. – Данії, Ірландії, Норвегії, Швеції, 2015 р. – Іспанії тощо. Ключова ідея створення такого сайту полягала у спрощенні реалізації креативних ідей з усього світу [9]. На думку засновника компанії, на цій платформі люди пропонують інноваційні продукти, досвід в обмін на фінансову підтримку своїх ідей. Такі люди створюють міні-економіку навколо свого проекту, генеруючи певні цін-

ності для тих інвесторів, які готові підтримати проект. Як винагороду Kickstarter отримує 5% від загального обсягу залучених коштів, проте, на відміну від інших, він не претендує на право власності на проекти, які реалізуються за його допомогою. 14 лютого 2013 р., Kickstarter випустила додаток під назвою Kickstarter OS IOS для iPhone. Це спростило користувачам доступ до краудфандингової платформи.

В основу діяльності Kickstarter покладений принцип «усе або нічого». Для цього для кожного проекту визначають кінцевий термін та обсяг необхідного фінансування. Якщо до закінчення вказаного терміну потрібна сума не буде зібрана, то всі кошти повертаються донорам. Такий принцип часто критикують інші платформи, оскільки це часто спонукає розробників самостійно дофінансовувати проект до закінчення терміну акумуляції коштів на Kickstarter. Крім того, всі проекти проходять попередній відбір із боку краудфандингового сервісу. Найуспішніші проекти Kickstarter можна побачити в таблиці 3.

Проте слід розуміти, що краудфандингові кошти – стартовий капітал. Люди інвестують у кінцевий продукт, а не компанію, тому часто такі успішні проекти не є тривалими. Яскравим прикладом цього може бути історія компанії Pebble. Як видно з таблиці 3, три її проекти належать до найуспішніших в історії функціонування Kickstarter. Ця фірма виникла у 2012 р. Для запуску проекту була необхідна сума обсягом 100 тис. дол., проте засновники

Таблиця 3

## Найуспішніші проекти Kickstarter

Позиція у рейтингу	Назва проекту	Загальна сума зібраних коштів	Кількість інвесторів	Дата закриття проекту
1	Pebble Time – Awesome Smartwatch, No Compromises	20,338,986	78,471	27.03.2015
2	Coolest Cooler: 21st Century Cooler that's Actually Cooler	13,285,226	62,642	30.08.2014
3	Pebble 2, Time 2 + All-New Pebble Core	12,779,843	66,673	30.06.2016
4	Kingdom Death: Monster 1.5	12,393,139	19,264	07.01.2017
5	Pebble: E-Paper Watch for iPhone and Android	10,266,845	68,929	18.05.2012
6	The World's Best Travel Jacket with 15 Features    BAUBAX	9,192,055	44,949	03.09.2015
7	Exploding Kittens	8,782,571	219,382	20.02.2015
8	OUYA: A New Kind of Video Game Console	8,596,474	63,416	09.08.2012
9	The Everyday Backpack, Tote, and Sling	6,565,782	26,359	10.09.2016
10	Fidget Cube: A Vinyl Desk Toy	6,465,690	154,926	2016-10-20

Джерело: [https://www.kickstarter.com/discover/advanced?sort=most\\_funded](https://www.kickstarter.com/discover/advanced?sort=most_funded)

отримали на Kickstarter близько 10 млн дол. На думку видання TechCrunch, Pebble створила ринок смарт-годинників у світі [12]. Перші годинники мали e-ink-екран для того, щоб користувачі мали можливість прочитати повідомлення зі смартфона за допомогою годинника. У 2015 р. був представлений новий продукт Pebble – Pebble Time. За допомогою Kickstarter лише за перші 17 хвилин відкриття проекту було акумульовано 500 тис. дол., яку планували отримати розробники в кінцевому результаті. Натомість компанії вдалося мобілізувати 20 млн дол. і встановити новий рекорд за обсягом акумульованих коштів. У першому кварталі 2015 р. частка Pebble на ринку смарт-годинників склала близько 35%, не зважаючи на те, що у 2014 р. на ринку з'явилися годинники від Apple. Pebble використовувала винагородну модель краудфандингу. У 2013 р. та 2015 р. їх донори на краудфандинговій платформі отримали свої годинники. У 2015 р. було кілька спроб купити компанію: з боку японського виробника годинників Citizen за 740 млн дол., а згодом Intel – за 70 млн дол. 7 грудня 2016 р. стало відомо, що виробник смарт-годинників Pebble продає свій бізнес Fitbit за 30–40 млн дол. закриває власне виробництво та припиняє підтримку своїх пристроїв. Таким чином, можемо стверджувати, що й найуспішніші краудфандингові проекти можуть мати не довгу історію існування, проте їм вдається за короткий проміжок часу реалізувати інноваційні ідеї.

У звіті Світового банку зазначено, що основою передумовою розвитку краудфандингу

є створення відповідного екосередовища з високим рівнем довіри [1]. Стимулюючими факторами можуть стати встановлення стратегічних правил, прийняття ефективних технологічних рішень, формування нової культури інвестування. Ключовими чинниками, які в сучасних умовах дозволили забезпечити високий рівень довіри до такого виду інвестування в розвинутих країнах, стали прозорість, швидкість трансакцій і їх масштаб, прискорення технологічного розвитку тощо. Проте такий фінансовий механізм потребує розвитку фінансової грамотності населення та формування відповідної інфраструктури, а саме бізнес-інкубаторів, акселераторів, університетів тощо.

**Висновок.** Отже, можемо стверджувати, що краудфандинг розвивається експонентно. Щороку збільшується кількість інноваційних проектів, які фінансуються за допомогою таких платформ. Від часу створення краудфандинг еволюціонував від акумуляції добровільних пожертв родичів і друзів до боргових зобов'язань та пайового інвестування. Краудфандинг сприяє розвитку соціальних інновацій, малого бізнесу, підвищенню рівня зайнятості тощо.

У світі краудфандинг поступово став альтернативою банківському кредитуванню, способом швидкої апробації та реалізації ризикових інноваційних ідей, осередками розвитку нестандартного мислення й швидкого старту для малих підприємств, що важливо врахувати в Україні на сучасному етапі суспільного розвитку.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Crowdfunding's Potential for the Developing World. – Washington: World Bank, 2013. – 103 р.
2. Діамандіс П. Переможець: як досягти колосального успіху і вплинути на світ / П. Діамандіс, С. Котлер. – Київ: К. Fund, 2016. – 253 с.
3. Васильчук І. Краудфандінг і краудінвестинг як фінансові інновації / І. Васильчук // Ринок цінних паперів України. – 2013. – № 11–12. – С. 59–67.
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. Огородник В. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної системи / В. Огородник // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2014. – Випуск 3 (44). – С. 103–105.
6. Петрушенко Ю. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю. Петрушенко, О. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1. – С. 172–182.
7. Trends – Google [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.google.com.ua/trends>.
8. Artistshare [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.artistshare.com/v4/Home/about>.
9. Kickstarter [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kickstarter.com/press?ref=hello>.
10. Massolution in their 2015 Crowdfunding Industry Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics>.

11. Trends Show Crowdfunding To Surpass VC In 2016 <http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2015/06/09/trends-show-crowdfunding-to-surpass-vc-in-2016/3/#579ead216078>.

12. Tech Crunch – The latest technology news and information on startups [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://techcrunch.com/timeline/pebbles-story-from-kickstarter-sensation-to-fitbit-acquisition>.