

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ФІНАНСІВ

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

**КРАУДФАНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ
В УКРАЇНІ**

Студента 2-го курсу денної форми навчання
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа
та страхування»

освітньо-наукової програми

«Корпоративні фінанси»

Лисенка Сергія Сергійовича

Науковий керівник:

кандидат економічних наук, доцент

Яфінович Олена Богданівна

Засвідчую, що в цій дипломній
роботі немає запозичень із праць
інших авторів без відповідних посилань

Студент _____

Робота допущена до захисту в Екзаменаційній комісії рішенням кафедри
фінансів від «16» травня 2023 р., протокол № 10.

Завідувач кафедри фінансів,
доктор економічних наук, професор
Лютий Ігор Олексійович _____

Київ – 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАСТОСУВАННЯ КРАУДФАНДИНГУ ЯК ТЕХНОЛОГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ	6
1.1. Сутність, причини та механізм краудфандингового фінансування	6
1.2. Види краудфандингу та основні ризики при його використанні.....	15
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРАУДФАНДИНГУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....	24
2.1. Аналіз розвитку глобального ринку краудфандингу	24
2.2. Особливості краудфандингових платформ в Україні та зарубіжних аналогів	34
2.3. Оцінка вартості залученого за допомогою краудфандингу капіталу (на прикладі стартапу «Duovox Ultra»).....	50
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ РИНКУ КРАУДФАНДИНГУ В УКРАЇНІ.....	59
3.1. Світова практика законодавчого регулювання ринку краудфандингу та перспективи використання зарубіжного досвіду для України.....	59
3.2. Основні проблеми ринку краудфандингу України та напрями вдосконалення його функціонування.....	68
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ	85

ВСТУП

Актуальність теми. Одним з найактуальніших питань модернізації національної фінансово-інвестиційної системи є пошук і використання якісно нових технологій. Прискорення науково-технологічного процесу знайшло своє відображення, зокрема, і в розширенні різноманіття інструментів, форм і методів фінансування та інвестування. Одним із таких відносно нових методів фінансування – стала сформована технологія залучення коштів в проєкти на стадії зародження – краудфандинг. В Україні краудфандинг поки не наростив значних обсягів, – проте викликає інтерес, як з боку потенційних інвесторів, так і з боку компаній зацікавлених у залученні коштів.

Рівень розробки теми дослідження в науковій літературі. Наукове осмислення краудфандингу як фінансового інструменту та його використання у фінансових відносинах здійснюється як зарубіжними, так і українськими дослідниками, серед яких праці Добровольської О.В., Дудкіна О.В., Жовнір Н.М., Кречотень І.М., Кушніра С.О. Любкіної О.В., Марченко О.С., Меджибовської Н.С., Михальчук Л.В., Огородник В.О., Петрушенко Ю.М., Федорчука О.Є., Швець Л.М., Шевченко О.М. та ін.

Враховуючи потребу національної економіки у розвитку альтернативних інструментів фінансового забезпечення підприємств та недостатній ступінь розробленості даної проблеми, дослідження механізму краудфандингового фінансування є актуальним для вітчизняної економіки.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є узагальнення світового досвіду використання такого фінансового інструменту, як краудфандинг, та надання практичних рекомендацій для його застосування в Україні.

Реалізація мети дослідження передбачає постановку і вирішення наступних завдань:

- розкрити сутність та механізм краудфандингового фінансування;
- виділити види краудфандингу та основні ризики при його використанні;

- дослідити сучасний стан, тенденції та закономірності розвитку глобального ринку краудфандингу;
- визначити специфічні риси краудфандингових платформ в Україні та виділити основні відмінності від зарубіжних аналогів;
- проаналізувати досвід залучення інвестицій за допомогою краудфандингової платформи на прикладі стартапу «Duovox Ultra» та оцінити вартість залученого капіталу;
- узагальнити теорію і практику світового досвіду законодавчого регулювання краудфандингу в контексті можливостей його адаптації в Україні;
- обґрунтувати необхідність і напрями вдосконалення механізму залучення коштів за допомогою краудфандингу.

Об'єкт і предмет дослідження. Об'єктом дослідження є процес залучення коштів під інноваційні проекти на умовах краудфандингового фінансування. Предметом дослідження є механізм залучення коштів на фінансування інвестиційних проектів через систему краудфандингу.

Методи дослідження. Методологічною та теоретичною основою дослідження є діалектичний метод наукового пізнання соціально-економічних явищ і процесів, фундаментальні положення теорії фінансів, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених щодо використання краудфандингу як технології інвестування за допомогою Інтернету.

Для наукового вирішення поставлених у роботі завдань використовувалися: історичний метод – при дослідженні історичних етапів розвитку краудфандингу; метод порівняльного аналізу – при дослідженні економічних категорій та механізму краудфандингового фінансування в різних країнах світу; метод синтезу – для вивчення можливостей адаптації зарубіжного досвіду; розрахунково-конструктивний метод та метод аналогії – при розробці основних засад вдосконалення механізму краудфандингового фінансування проектів; статистико-економічні методи, зокрема: графічний, фінансового аналізу – для дослідження тенденцій розвитку краудфандингу;

прогнозування – для оцінки тенденцій розвитку та нарощування загального обсягу фінансування.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження виступили праці зарубіжних та вітчизняних вчених і практиків щодо краудфандингового фінансування, інформаційні ресурси найбільших краудфандингових майданчиків та статистичні дані міжнародних організацій.

Апробація результатів. Результати дослідження були надруковані у збірнику матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи розвитку економіки, обліку, фінансів та права» (м. Полтава, 20 серпня 2022 р.).

Обсяг та структура роботи. Кваліфікаційна магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг дипломної роботи 91 сторінка комп'ютерного тексту. Робота містить 26 таблиць, 13 рисунків та 2 додатки. Список використаних джерел нараховує 64 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ КРАУДФАНДИНГУ ЯК ТЕХНОЛОГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ

1.1. Сутність, причини та механізм краудфіндингового фінансування

Малий і середній бізнес є основою економіки будь-якої держави, джерелом зайнятості населення, формування ВВП і податкових відрахувань, поліпшення підприємницького клімату і посилення здорової конкуренції. Водночас безперервна операційна діяльність підприємств, в т.ч. малих та середніх, та реалізація їх планів розвитку, вимагають належного забезпечення грошовими ресурсами.

Фінансування діяльності суб'єкта господарювання відбувається з внутрішніх і зовнішніх джерел [22, С.468-471], що обумовлює поділ фінансових ресурсів підприємства на власні та позичені (або позикові). Вважається, що найоптимальнішим для підприємства є переважання у його капіталі власних фінансових ресурсів (тобто тих, які згенеровані самим господарюючим суб'єктом), що є умовою забезпечення його фінансової стійкості у довгостроковій перспективі та ознакою достатнього рівня автономії суб'єкта господарювання. При цьому до основних джерел формування власних фінансових ресурсів підприємства відносять прибуток і амортизаційні відрахування [6, С. 241]. Крім того, до власних фінансових ресурсів прирівнюють кошти, що отримані підприємством із зовнішніх джерел на безповоротній та номінально безоплатній основі. Зокрема, до таких фінансових ресурсів відносять кошти, що залучені ним в результаті додаткової емісії пайових цінних паперів, а також кошти, що надійшли з державного чи місцевих бюджетів, інші безоплатно отримані активи від фізичних та юридичних осіб.

Як свідчить світовий досвід, спираючись лише на власні фінансові ресурси у сучасних умовах досягти зростання виробничих потужностей і обсягів реалізації продукції практично неможливо, особливо суб'єктам малого і середнього бізнесу [17, с. 184]. Тому важливу роль у фінансовому забезпеченні діяльності суб'єктів господарювання відіграють позикові кошти, основними характеристиками яких є строковість, платність і поворотність.

Необхідно також зазначити, що джерела залучення коштів також пов'язані безпосередньо зі стадією розвитку підприємства. Залежність джерел формування капіталу підприємства та способів фінансування його діяльності від етапу життєвого циклу підприємства зображено на рисунку 1.1.

Так, на етапі створення ідеї (стадія зародження) підприємство, як правило, залучає кошти знайомих, сім'ї або власні заощадження, тому що традиційні джерела фінансування для нього важкодоступні. Адже ця стадія є найбільш ризиковою, характеризується відсутністю клієнтів та прибутків, тому навіть банківський кредит без застави власного майна (або майна підприємства у разі його присутності) підприємству отримати буде достатньо складно. Якщо проєкт запуститься, то підприємство матиме змогу залучити кошти бізнес-ангелів.

Характерні риси етапу зростання – це завоювання базовим продуктом довіри клієнтів. В такому разі суб'єкт господарювання вже в змозі забезпечити зростання обсягу реалізації своєї продукції. На цій стадії підприємство вже може залучити венчурний капітал.

На етапі зрілості, підприємство приносить прибуток, володіє значною базою клієнтів та стабільною ринковою часткою. На даній стадії починається процес уповільнення зростання ринкової вартості підприємства. При цьому, з проєкту виходять венчурні капіталісти, натомість вкладаються більш великі інвестори. В цей час основними способами залучення капіталу є емісія цінних паперів, отримання незабезпеченого кредиту.

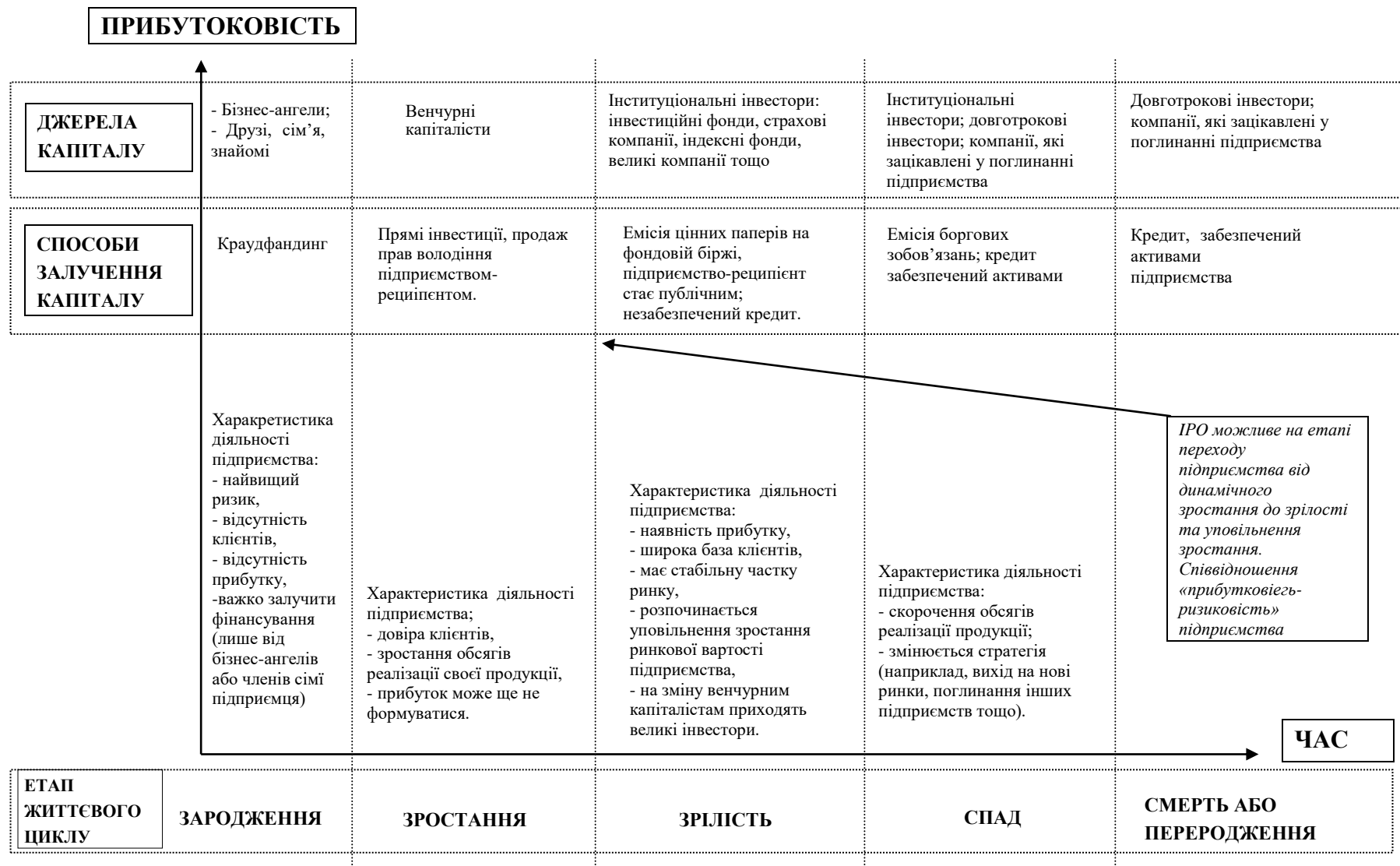


Рис. 1.1. Залежність джерела капіталу та методу його залучення від етапу життєвого циклу підприємства
Джерело: складено автором на основі [21].

Етап спаду характеризується скороченням обсягів реалізації продукції, втратою до підприємства інтересу інвесторів. Серед способів залучення додаткового капіталу використовують емісію боргових зобов'язань та забезпечені активами підприємства кредити.

Серед способів фінансування діяльності підприємства на фінальному етапі його життя переважають банківські кредити, що забезпечені активами підприємства.

Слід зазначити, що для представників малого і середнього підприємництва традиційні способи залучення фінансових ресурсів підприємством (такі, як банківські кредити, емісійне фінансування, система державних замовлень та ін.) далеко не завжди є прийнятними та можуть бути використані. Адже, обмежений бюджет таких суб'єктів господарювання, як правило, не спроможний витримати високих кредитних ставок, складної процедури отримання банківських кредитів тощо, через що такі джерела фінансування є часто для них недоступними. Більше того, порівняно з великим бізнесом, представники МСП часто обмежені в доступі і до альтернативних джерел фінансування, таких як венчурні інвестиції та ангельське фінансування. Вирішенням питання недостатнього фінансування для підприємств малого і середнього бізнесу, а також стартапів може бути краудфандинг.

Переважна частина науковців у своїх працях з даної тематики доводить, що краудфандинг представляє собою один з видів краудсорсингу, тому виникає необхідність з'ясування змісту обох понять.

В роботах учених можна побачити різні підходи до визначення сутності краудсорсингу [9, С. 507]. Переважно, під краудсорсингом (походить від англ. crowdsourcing, crowd – «натовп», sourcing – «використання ресурсів») розуміють процес залучення групи людей або спільноти до виконання задачі або проєкту через відкрите запрошення з використанням сучасних інформаційних технологій. У контексті бізнесу, цей інструмент може використовуватися для отримання цікавих і оригінальних рішень, збору ідей,

розробки продуктів та послуг, залучення зовнішніх експертів тощо. Краудсорсинг може бути реалізований на основі різних принципів, таких як: співпраця з широким колом людей, які за символічну плату чи безоплатно готові поділитися своїми ідеями, мають навички, яких немає у штатних працівників господарюючого суб'єкта; відкриті дані; відкрите програмне забезпечення; мінімізація витрат тощо. При цьому цей інструмент характеризується як перевагами, так і недоліками, про що зазначає науковець О.Майстренко. Так, серед ключових переваг краудсорсингу він виділяє: зменшення витрат на розробку продуктів, послуг, проєктів; швидкість реалізації проєкту; значне покращення якості проєкту/продукту/послуги за рахунок можливості залучення експертів з усього світу. Водночас, краудсорсингу притаманні недоліки, до яких науковець відносить ризик витоку інформації, ризик низької якості виконання роботи через відсутність відповідальності з боку учасників, відсутність контролю за процесом виконання проєкту [9, С. 508-510]. У більшості випадків переваги краудсорсингу переважають над недоліками, а тому він стає все більш популярним інструментом залучення зовнішніх знань та ресурсів для реалізації найрізноманітніших проєктів.

Різноманітність видів краудсорсингу обумовлена різними критеріями, що лягають в основу його класифікації (рис. 1.2).

Наразі можна навести багато прикладів використання краудсорсингу на практиці. Так, він є популярним інструментом у бізнесі (наприклад, компанія Lego за допомогою цієї технології збирала ідеї для нових конструкторів), використовується для покращення життя людей та розв'язання різноманітних проблем у суспільстві (наприклад, за допомогою цієї технології започатковано проєкт Missing Maps, що залучає волонтерів для створення цифрових карт в країнах, що розвиваються; карти допомагають краще відреагувати на спалахи небезпечних захворювань (холера, Ебола і т.і.) та інші кризові ситуації), а також використовується у сфері державного управління (наприклад, у 2015 році в США був запущений проєкт Open Law, щоб залучити громадськість до

обговорення та розробки нових законодавчих актів; Конституція Ісландії розроблена за допомогою краудсорсингової технології).

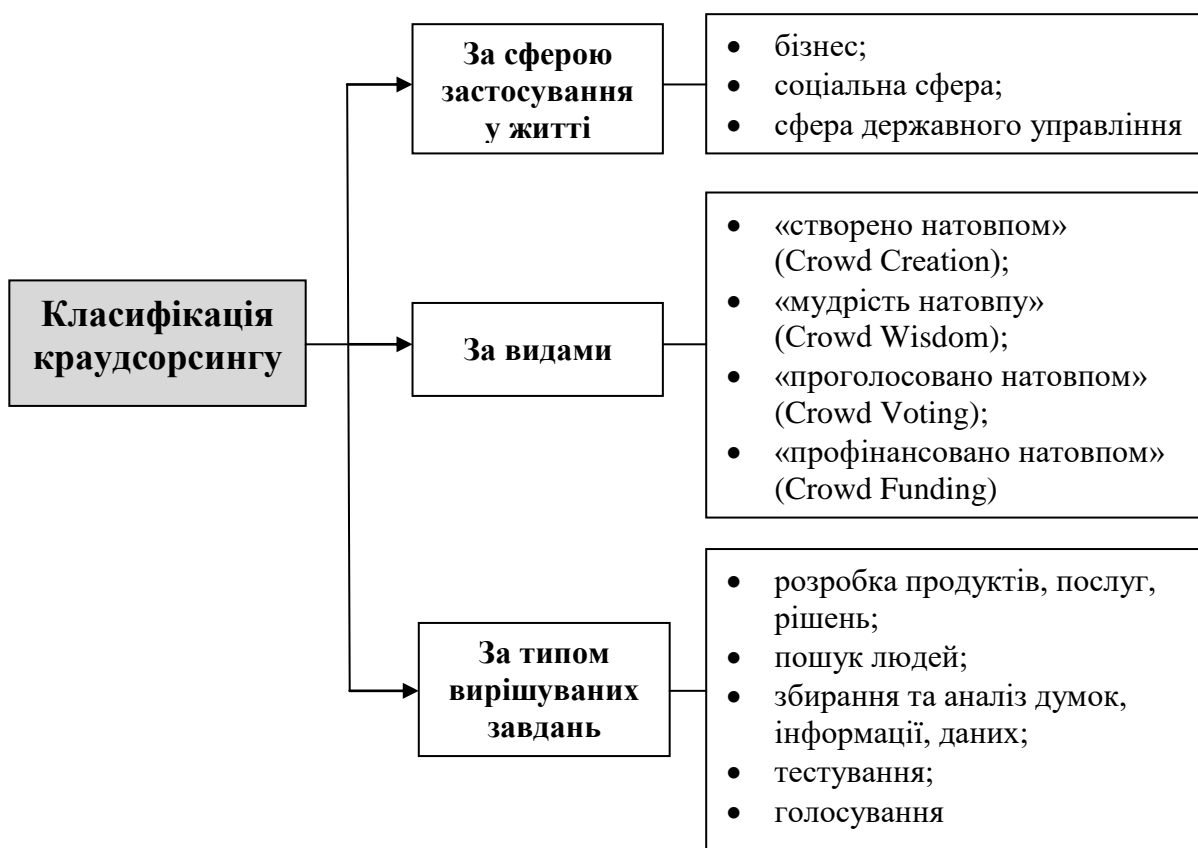


Рис. 1.2. Види краудсорсингу.

Джерело: складено автором на основі [9, С. 509].

Звичайно, у бізнесі використовуються різні види краудсорсингу, проте для розвитку малого і середнього бізнесу найважливішим є питання джерел фінансування. Тому, слід більш докладніше розібратися з краудфандингом, що виступає різновидом краудсорсингу.

Не зважаючи на те, що явище краудфандингу досліджується як вітчизняними, так і іноземними науковцями, наразі немає усталеного його визначення і кожен автор має своє уявлення про сутність категорії «краудфандинг». Серед визначень можна знайти трактування краудфандингу як колективної співпраці, соціальної технології, інструменту активізації інноваційної діяльності, відкритого конкурсу, процесу збору грошей, підходу до збільшення капіталу і т.д. Вважається, що термін «краудфандинг» з'явився в 2006 році і його автором є редактор і журналіст журналу Wired Джефф Хау. Проте загалом, краудфандинг – це дуже давнє явище, яке з винаходом

Інтернету просто отримало «друге життя». Трактування сутності краудфандингу різними вченими та лідерами краудфандингових платформ представлені в Додатку А.

Узагальнюючи різноманітні бачення щодо сутності краудфандингу, можемо запропонувати наступне визначення цієї категорії. Краудфандинг – це процес збирання грошей від великої кількості людей (спонсорів, інвесторів) через відкрите запрошення для реалізації проєкту чи ідеї, як правило через Інтернет.

Для такого специфічного виду фінансування як краудфандинг притаманні такі характеристики, а саме:

- багатосуб’єктність – залучаються кошти величезної кількості людей, яких називають «бекерами», або «донорами»;
- мікрофінансування – «донори» вкладають переважно невеликі суми коштів у різні проєкти;
- мережевий принцип організації фінансування – залучення коштів шляхом встановлення взаємозв’язків інноваторів та інвесторів через Інтернет-мережі та соціальні мережі;
- мінімізація трансакційних витрат – технологія мінімізує витрати пов’язані з діяльністю по залученню коштів на фінансовому ринку;
- необмеженість джерел залучення коштів – долає різноманітні обмеження, що притаманні іншим формам фінансування (наприклад, обмеження, пов’язані з різним місцезнаходженням інвестора і того, хто залучає кошти; розвитком національного та міжнародного фінансових ринків; розвитком фінансової інфраструктури, особливостями національного регулюванням фінансової сфери тощо) [10].

Важлива роль в екосистемі краудфандингового фінансування (рис. 1.3) належить інфраструктурі, основним елементом якої є краудфандингові платформи.

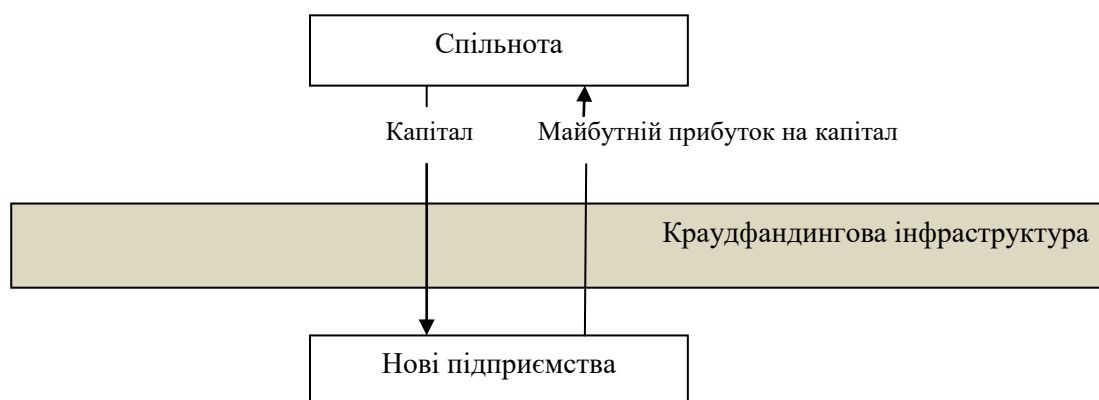


Рис. 1.3. Екосистема краудфандингу

Джерело: побудовано автором на основі [36, С. 28].

Платформою є спеціалізований сайт для розміщення ідей авторів проєктів. Майданчик бере на себе забезпечення багатьох аспектів, зокрема фінансових і юридичних, а також допомагає в просуванні та полегшує взаємодію всіх учасників. Класифікація типів краудфандингових платформ представлена в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Види краудфандингових платформ

Критерії	Тип платформи	Характеристика
Рівень спеціалізації	Відкриті	Відсутність продуктової, територіальної та іншої спеціалізації, орієнтація на широку Інтернет-спільноту
	Нішеві	Спеціалізація на окремих видах та галузях діяльності, регіонах, групах споживачів, напрямках фінансування, тощо
Сфера діяльності	Міжнародні	Міжнародний фінансовий посередник
	Національні	Національний фінансовий посередник
Винагорода інвесторів	Разова винагорода	Нефінансові і фіксовані грошові винагороди
	Принцип краудінвестингу	Інвестор набуває статусу акціонера

Джерело: складено автором на основі [4].

Кожна платформа містить систему створення проєкту: дані про період збору коштів, час реалізації проєкту, суму коштів необхідну для реалізації проєкту, винагороди спонсорам, опис проєкту та відеопрезентацію, дані про автора, прив'язку до банківського рахунку. У багатьох платформах є соціальний

складник, тобто можливість входу на платформу через соціальні мережі та прив'язка до них.

Рух грошових коштів між учасниками краудфандингового фінансування зображено на рис. 1.4.

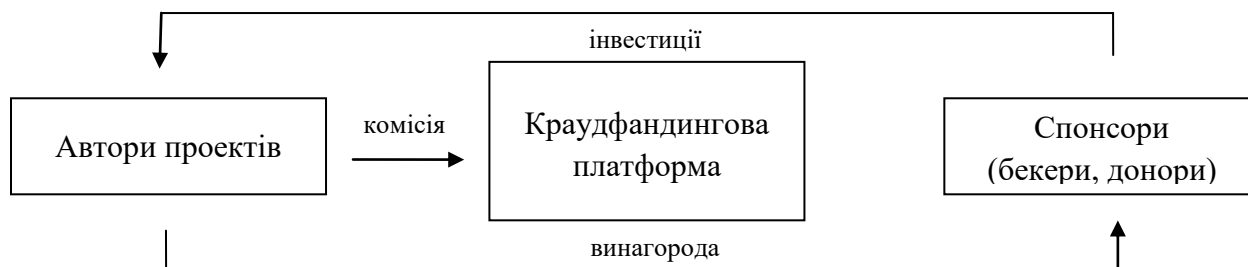


Рис. 1.4. Рух грошових коштів між учасниками краудфандингового фінансування.

Джерело: складено автором на основі [14].

Варто зазначити, що автори проєкту мусять сплатити краудфандинговій платформі певний відсоток комісійних. Зазвичай він варіюється від 5 до 10% від суми проєкту. Даний відсоток залежить, як від рішення самої платформи, так і від комісійних, які беруться платіжною системою до якої прив'язаний майданчик.

Основні етапи реалізації проєкту та їх зміст на прикладі української краудфандингової платформи «Велика Ідея» відображені в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

**Етапи реалізації проєкту краудфандингової платформи
(на прикладі краудфандингового майданчика «Велика Ідея»)**

Назва етапу	Короткий зміст етапу
1. Підготовка плану реалізації ідеї	Автором проєкту продумується план реалізації ідеї: визначення терміну, за який планується зібрати гроші; продумуються види винагороди для спонсорів; оцінюється ринок, потреби аудиторії; прораховуються ризики; збирається команда
2. Представлення ідеї на краудфандинговій платформі	Обов'язковою умовою для будь-якої платформи є зняття промовідео про ідею, а іноді і про авторів ідеї.
3. Пошук донорів	Самостійне просування авторами заявленого проєкту через соціальні мережі. Краудфандингова платформа допомагає залучати спонсорів шляхом створення графічних матеріалів та їх розміщення на своєму майданчику.

Назва етапу	Короткий зміст етапу
4. Укладання договору	За умови набрання ідеєю за встановлений час заявленої суми коштів, автор укладає договір з краудфандинговим майданчиком про передачу йому зібраної суми коштів. Якщо потрібна сума не збирається, накопичені кошти повертаються вкладникам, а проєкт знімається з сайту.

Джерело: складено автором на основі [24].

Основними правилами механізму залучення коштів шляхом краудфандингового фінансування є:

- кошти збираються лише на заявлену мету;
- прозорість процесу збирання коштів;
- публічний характер калькуляції витрат, які планується покрити за допомогою акумульованих у такий спосіб грошей;
- перевірка реквізитів до моменту їх опублікування;
- технологія краудфандингу передбачає не тільки збір грошових коштів, але й залучення потенційних користувачів продукції;
- дотримання правила «matching funds» (від англ. співфінансування) – наявність коштів, вкладених у проєкт іншими спонсорами, інформація про які допомагає потенційним інвесторам зробити свій вибір на користь заявленого проєкту.

1.2. Види краудфандингу та основні ризики при його використанні

В рамках краудфандингового фінансування виділяють різні його види, починаючи від «пожертвування» коштів, закінчуючи купівлею акцій на краудінвестингових платформах.

Класифікація краудфандингу згідно даних Європейської комісії, Світового банку, трастової компанії PENSICO та інших зображені у таблиці

1.3. В подальшому в роботі буде використовуватись класифікація аналітиків Світового банку.

Класифікація краудфандингу

Автор / джерело	Види краудфандингу	
European Commission	1. Однорангове кредитування 2. Акціонерний краудфандинг 3. Краудфандинг на основі винагороди 4. Краудфандинг на основі пожертви 5. Прибуток-обмін/ продаж-обмін 6. Боргові цінні папери краудфандингу 7. Гібридні моделі	
Аналітики Світового банку	1. Інвестування	1.1 Акціонерний краудфандинг (Equity-based) 1.2 Краудлендинг (Lending-based) 1.3 Роялті (Royalty-based)
	2. Пожертва	2.1 Благодійна (Donation-based) 2.2 Винагородна (Reward-based)
PENSCO Trast company	1. Заснований на винагороді 2. Пожертвування 3. Однорангове кредитування	
Ю. Петрушенко та О. Дудкін	1. З відсутністю винагороди	
	2. З нефінансовою винагородою	
	3. З фінансовою винагородою (краудінвестинг):	а) Модель роялті б) Народне кредитування в) Акціонерний краудфандинг

Джерело: складено автором на основі [15, 36, 52, 56].

Класифікація краудфандингу за метою краудфандингового проєкту, метою для інвестора та в залежності від моделі збору коштів представлена на рис. 1.5.

За метою краудфандингового проєкту виділяють: підприємницькі проєкти, які мають інноваційну спрямованість, пов'язані з впровадженням інновацій з метою одержання прибутку (бізнес краудфандинг); проєкти, метою яких є розробка нових продуктів, технологій тощо (креативний краудфандинг, або краудфандинг ідей); проєкти, спрямовані на фінансову підтримку діяльності у сферах культури і мистецтва (культурний (творчий) краудфандинг); проєкти, пов'язані з діяльністю політичних об'єднань, партій, моніторингом ефективності політичних та правових заходів тощо (політичний краудфандинг).



Рис. 1.5. Класифікація краудфандингу.

Джерело: складено автором на основі [8, 11, 15, 36].

За метою для інвестора виділяють краудфандинг з відсутністю винагороди, з нефінансовою винагородою та з фінансовою винагородою.

Краудфандинг з відсутністю винагороди (donation-based crowdfunding), або пожертвування, передбачає вкладання мінімальної суми коштів для підтримки проекту на безповоротних засадах. Пожертвування зазвичай є добровільними актами, зробленими на основі альтруїзму та без будь-яких зобов'язань від одержувача. Найчастіше ця модель використовується в соціальних, політичних і медичних проектах (збір коштів на лікування або на діяльність благодійної організації).

Краудфандинг з нефінансовою винагородою (rewards-based crowdfunding) передбачає вкладення коштів у сумі вартості товару. Цей товар, як правило зі знижкою, отримає спонсор, якщо автор проекту збере потрібну суму для його виробництва. Така модель краудфандингу зарекомендувала себе як ефективний інструмент збору коштів на будь-які проекти, починаючи від

креативного дизайну і закінчуючи складними технологічними продуктами. Нефінансова винагорода має різні прояви та форми, які залежать від креативності та уяви розробника проєкту. Вона може бути у вигляді записаного альбому, запрошення на концерт, згадки в титрах, першого зразка виробленого продукту тощо.

Слід зазначити про окремий випадок краудфандингу нефінансової винагороди – модель попереднього замовлення. В такому разі винагородою може бути сам продукт, зокрема: фільм, музичний альбом, книга, програмне забезпечення, новий мобільний пристрій тощо. Мотивація інвесторів вкладати кошти пов'язана з бажанням бути частиною даного проєкту.

Краудфандинг за моделлю роялті (royalty model) є логічним продовженням схеми нефінансової винагороди та передбачає отримання спонсором разом з нефінансовою винагородою ще й фінансової її частини – частки від доходів або прибутку проєкту, який фінансує інвестор. Таку модель активно застосовують для проєктів у сфері музики, розроблення ігор, фільмів тощо. Підхід роялті поєднує в собі причетність інвесторів до самого результату кампанії (продукту, що в результаті фінансування проєкту, виходить у світ) та фінансову мотивацію інвесторів.

Наступною моделлю краудфандингу є модель краудлендингу (crowdlending), іншими словами «народне кредитування» (debt-based crowdfunding or peer-to-peer lending). Ключовою характеристикою цієї форми є надання кредитів фізичним чи юридичним особам іншими фізичними особами з чітко визначеним графіком повернення позикового капіталу інвесторам. Основною перевагою для кредиторів є отримання більших прибутків, а для позичальника – більш низькі тарифи і зручності отримання кредиту. Така модель дає можливість залучити кошти авторам проєктів у широкому спектрі галузей, а кредитори при цьому отримують високі прибутки. При цьому краудлендинг поділяється на два підвиди з огляду те, чиї проєкти фінансуються – юридичних осіб чи фізичних осіб. Водночас, кредитування фізичних осіб може існувати у вигляді народного кредитування і P2P

кредитування, коли позичальник спілкується з безпосереднім кредитором. В другому випадку краудфандинговий майданчик виступає посередником і певною мірою гарантом усієї процедури. Кількість платформ, що працюють у сегменті кредитування юридичних осіб, менше, ніж тих, що функціонують у секції проєктів фізичних осіб. При цьому, обсяг акумульованих коштів на проєкти юридичних осіб більший.

Особливим випадком кредитування фізичних осіб є модель соціального кредитування, головне призначення якого полягає у наданні допомоги бідним верствам населення. Для такого виду краудфандингу характерні мінімальні відсотки за кредитом або їх цілковита відсутність. Найбільше таких видів краудфандингу можна побачити в країнах з ринками, що розвиваються.

Особливе місце в моделях краудфандингу займає акціонерний краудфандинг (equity crowdfunding), або краудінвестинг (crowdinvesting). Для інвесторів такого виду краудфандингу притаманний високий рівень соціальної та фінансової мотивації водночас. Бекери за такої моделі отримують частину власності, зокрема: акцій підприємства, прав голосування на загальних зборах акціонерів, прав на продукт.

З огляду на етапи впровадження ідеї у життя слід зазначити, що моделі краудфандингу, які засновані на пожертвуваннях та нефінансовій винагороді, використовуються на початкових стадіях становлення проєкту. Такі види краудфандингового фінансування автори задумів можуть оцінити свою бізнес-ідею та простежити попит на майбутню продукцію. Тоді як краудлендинг та краудінвестинг переважно використовується під час стадії зростання, що дозволяє підприємствам залучити необхідний для розвитку стартапу капітал.

Особливості, а також переваги та недоліки краудфандингових моделей представлені у таблиці 1.4.

Переваги та недоліки краудфіндингових моделей

Бізнес-модель	Переваги та недоліки
<p>Пожертвування (фінансування проєкту без очікування винагороди від автора /авторів проєкту)</p>	<p>Переваги: – безризиковий вид фінансування. Недоліки: – низька зацікавленість донорів у фінансуванні проєктів через відсутність прямої користі для них; – необхідна сума для проєкту збирається з труднощами</p>
<p>Нефінансова винагорода (фактична представляє передплату за майбутній продукт)</p>	<p>Переваги: – низький рівень ризику (ризик щодо невиконання зобов'язань авторами проєкту або шахрайства). Недоліки: – низький прибуток від вкладень (переважно вигода полягає у купівлі товару за нижчою ціною); – відсутність відповідальності з боку авторів проєкту; – відсутність механізму контролю за коштами.</p>
<p>Краудінвестинг (купівля акцій компанії або отримання права в розподілі прибутку компанії)</p>	<p>Переваги: – необмежений потенціал фінансового зростання; – можливість залучення значного кола інвесторів. Недоліки: – складність законодавчого регулювання даного виду фінансування або його відсутність; – залежність акціонерів від кредиторів.</p>
<p>Краудлендинг (донори позичають кошти авторам проєкту під певний відсоток; ставку відсотка встановлюється шляхом погодження між кредитором і позичальником)</p>	<p>Переваги: – більш вигідні умови для обох порівняно з банківським кредитом і депозитом; – легкість залучення коштів порівняно з іншими моделями. Недоліки: – ризики несплати (позичальники можуть не повернути інвестиції донорів); – обмежена ліквідність (зазвичай краудлендингові інвестиції не можна продати на відкритому ринку).</p>
<p>Модель роялті (донори отримують частку в інтелектуальному капіталі підприємства)</p>	<p>Переваги: – потенційні прибутки необмежені; – не потрібно повертати кошти вкладникам у випадку невиконання проєкту; – менший ризик втрати інвестицій ніж краудінвестинг, проте більший за краудлендинг. Недоліки: – донори не гарантовано отримують прибуток від доходів проєкту; – зазвичай використовуються майданчики, які беруть високу комісію за проведення операцій, що може зменшити прибуток проєкту.</p>

Джерело: складено автором на основі [36].

Краудфандинг, особливо окремі його моделі, не позбавлений ризикованості через те, що кошти збираються у ще неіснуючі продукти. До того ж, краудфандинговий механізм фінансування базується, перш за все, на чесності та взаємній довірі, проте ні у бекерів, ні у самої краудфандингової платформи немає стовідсоткових гарантій того, що автори проєкту витратять гроші на справу, а не просто для особистого свого збагачення. Підраховано, що число справжніх шахраїв в краудфандингу не більше 0,01%. Такий низький показник – це результат внутрішньої політики краудфандингових платформ, модератори яких перевіряють проєкт за суб'єктивними ознаками, на адекватність і можливість реалізації. За необхідності вони можуть вимагати від авторів задуму додаткові документи, прототипи, а також залишають за собою право блокувати кампанію у разі невідповідності даним критеріям [12].

До основних ризиків під час краудфандингового фінансування відносять:

1. Ризик помилкової оцінки перспективності проєкту. Причиною цього є те, що інвестори, як правило, не мають відповідного рівня кваліфікації, особливо, якщо підтримка проєкту здійснюється в незнайомій для спонсора сфері. А також не завжди автори ідеї Ризики пов'язані з кваліфікацією автора ідеї: незважаючи на те, що сама ідея може бути хорошою, власники можуть не мати потрібного бізнес-досвіду, рівня знань чи кваліфікацій. У зв'язку з цим мають місце шахрайські ідеї, які підтримуються через низьку обізнаність та кваліфікацію бекерів, а їх автори намагаються просто швидко зібрати кошти, а не вести бізнес.
2. Автор проєкту не несе реальної відповідальності перед інвесторами.
3. Ризик повноцінної реалізації задуму. Новинки можуть бути вкрай корисними та добре сприйматися бекерами, проте часто можуть мати проблеми з їх комерціалізацією (практика доводить, що провалюється майже $\frac{3}{4}$ усіх успішно профінансованих бекерами ідей). Адже автори ідеї можуть не мати потрібного бізнес-досвіду, рівня знань чи кваліфікацій.

4. Ризик продуманого способу використання коштів. Так як спонсори фінансують проєкт одноразово, а не постійно, власники можуть мати проблеми з неправильним збалансуванням великого короткострокового припливу коштів.
5. Ризики пов'язані з захистом інтелектуальної власності. Так, якщо ідея не запатентована, її автори мають протягом року запатентувати свій проєкт. В іншому випадку вони втрачають право на конфіденційність інформації.
6. Ризики пов'язані з висвітленням інформації про витрачання зібраних коштів. Висвітлення інформації про використання акумульованих коштів не є обов'язковим для авторів проєкту.
7. Ризики пов'язані з правовим регулюванням. В законодавстві більшості країн відсутнє регулювання даного процесу, що може нести під собою загрози використання даного інструменту фінансування.
8. Ризики пов'язані з відсутністю грамотного та ефективного аудиту заявленого проєкту. Як правило, краудфандингові майданчики при відборі проєктів застосовують обмежене число критеріїв, які не дозволяють повноцінно оцінити перспективність та реалістичність авторських ідей. Водночас, платформи, що націлені на підвищення довіри спільноти, вирізняються механізмом відбору заявлених проєктів, а тому проводять ґрунтовну модерацію.

Кожна платформа організовує по різному процес модерації проєкту. Одні краудфандингові платформи проводять її досить серйозно, інші – достатньо умовно. Так, міжнародна краудфандингова платформа Kickstarter користується довірою та популярністю, в т.ч. тому, що забезпечує сувору модерацію проєктів. Ідея може бути видалена, якщо автори використовують явно неправдиву інформацію у своєму задумі, продають неіснуючий товар, порушують авторські права тощо. Тривалість модерації в середньому до 7 днів. Тоді як, міжнародна краудфандингова платформа «Indiegogo» не вдається до ретельної модерації проєктів, а тому несе репутаційні втрати. Так, ця платформа перебувала в центрі скандалу через проєкт, що зібрав понад 400

тис. дол. США замість заявлених 50 тис. дол. США від більш як 1 тис. інвесторів. На думку фахівців, пристрій для дихання під водою, що був у ньому заявлений, з точки зору науки просто неможливий.

Українські платформи для краудфандингу, як правило, досить умовно проводять відбір проєктів для фінансування. А так як, платформи для краудфандингу реальної відповідальності перед інвесторами за шахрайські дії авторів краудфандингових проєктів не несуть, то ризики інвесторів значно зростають.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРАУДФАНДИНГУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

2.1. Аналіз розвитку глобального ринку краудфандингу

Глобальний обсяг фінансування проєктів за допомогою краудфандингових майданчиків постійно зростає. Так, якщо у 2009 році світовий розмір краудфандингового ринку був на рівні 0,5 млрд дол. США, то вже у 2022 році його оцінюють у 15,3 млрд дол. США, а в 2028-2029 рр. прогнозують вже на рівні 28,9 млрд дол. США (рис. 2.1.) [33, 34, 35, 41, 42]. Такі прогнози демонструють середньорічний темп зростання обсягів краудфандингового фінансування на рівні 11,2% (а за деякими джерелами 11,6 %), проте як у 2015 році цей ринок демонстрував щорічне зростання приблизно на 300 % (звіт Світового банку 2015 року [31]). Саме через такі тенденції Світовий банк назвав краудфандинг як можливість розширення доступу до капіталу для підприємців особливо в економіках, що розвиваються. Тому за його прогнозами до 2025 року ринок краудфандингу в країнах, з ринками, що розвиваються, досягне 96 млрд дол. США.

Слід звернути увагу на те, що тенденція постійного зростання обсягів краудфандингового ринку протягом 2009-2017 рр. різко змінилася у 2018 році, коли його обсяг скоротився у 5,5 рази в порівнянні з 2017 роком та становив 10,2 млрд дол США. У подальшому нарощення його обсягів відбувається значно меншими темпами у порівнянні з попередніми роками. Так, збільшення обсягів глобального ринку краудфандингу у 2019, 2020 та 2022 роках відбувалося відповідно у 1,2, 1,4 та 1,1 рази в порівнянні з попередніми роками. А в 2021 році спостерігається зменшення його обсягу в 1,3 рази у порівнянні з 2020 роком.

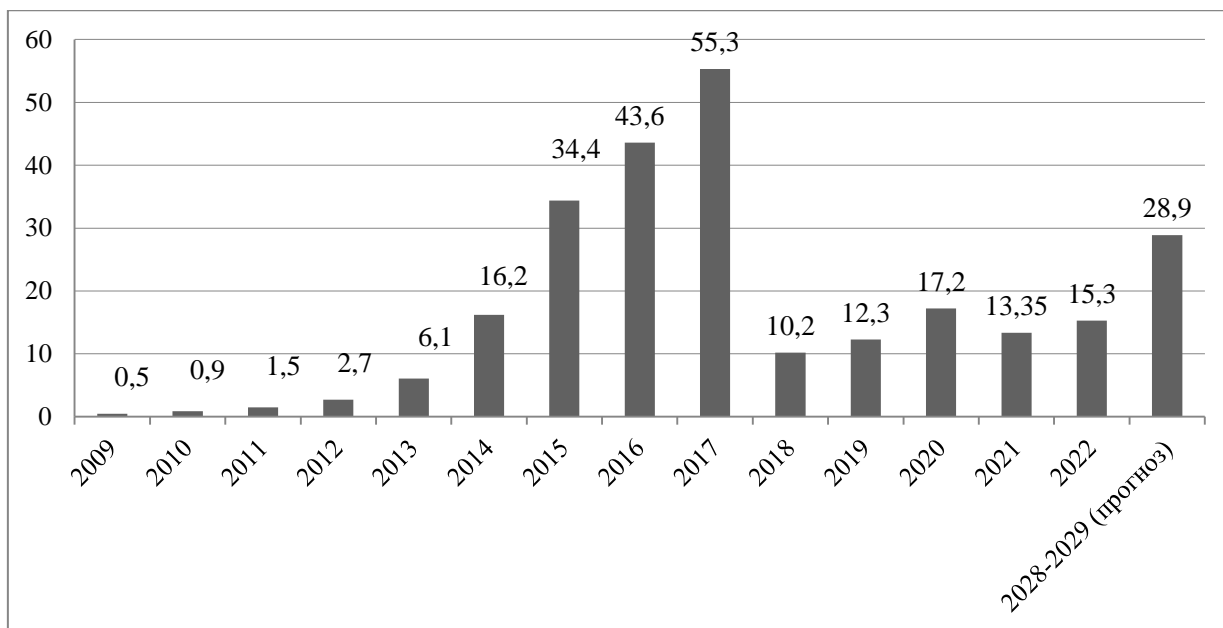


Рис. 2.1. Загальний обсяг фінансування проєктів за допомогою краудфіндингових майданчиків в світі протягом 2009-2029 рр., млрд дол. США.

Джерело: побудовано автором на основі [33, 34, 35, 41, 42].

Якщо розглянути глобальний ринок краудфіндингу у регіональному розрізі, то бачимо його зосередження у Північній Америці та Європі, а також останніми роками у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні через великі масштаби краудфіндингових транзакцій у Китаї (табл. 2.1). За даними 2019 року на світовому ринку краудфіндингу лідируючі позиції належали таким країнам та регіонам: Китаю, де було зосереджено 37 % від світового обсягу даного ринку, Сполученим Штатам Америки та країнам Європи, на які відповідно припадало біля 32 % та 17% обсягів краудфіндингових транзакцій [64]. Водночас, слід відзначити, що такий географічний розподіл зберігався не завжди. Так, у 2016-2017 рр. у світовому просторі лідером за обсягами краудфіндингового фінансування була Північна Америка, при цьому у 2017 році Азія характеризувалася найбільшим темпом зростання обсягів фінансування проєктів за допомогою краудфіндингових майданчиків, що і призвело до відповідних змін (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Обсяг фінансування проєктів за допомогою технології краудфандингу в регіональному розрізі протягом 2016-2020 рр.

Регіон світу	Обсяг фінансування, млрд. дол. США			
	2016	2017	2019	2020
Північна Америка	25,44	27,69	3,45	7,57
Азія	9,12	16,92	1,93	6,34
Європа	8,74	10,40	5,9	2,39
Південна Америка	0,15	0,14	0,15	0,51
Океанія	0,12	0,11	Немає даних	Немає даних
Африка*	0,03	0,04	0,5	0,43

* – у 2019 та 2020 роках включає Близький Схід

Джерело: побудовано автором на основі [33,61].

Африканські країни є одними з найнижчих у світі з точки зору використання краудфандингу. У 2015 році африканський ринок краудфандингу становитиме близько 70 млн дол. США, що становило менше половини одного відсотка глобальної краудфандингової активності та близько 21 % діяльності на ринках, що розвиваються. З цих 70 млн дол. США біля 54% були отримані платформами однорангового кредитування, а не для креативних, технологічних чи інфраструктурних проєктів. Зазначена статистика є свідченням того, що для африканських підприємців краудфандинг у цих секторах все ще перебуває на стадії зародження. Низький рівень впровадження підприємцями краудфандингу в Африці можна пояснити низкою факторів, зокрема: національне нормативне середовище, яке не сприяє краудфандингу, а також технологічне середовище, де немає широкого використання електронної комерції.

Структура ринку краудфандингу за його моделями у 2012-2020 рр. представлена на рис. 2.2. Слід відмітити, що протягом зазначеного періоду відбувся структура світового ринку краудфандингу знаходилася у постійно рухливому стані. У 2012-2015 рр. відбувався перехід від моделі краудфандингу, що базується на пожервуваннях (у 2012 р. його частка

складала 37 %), до більш економічно вигідних моделей для бекерів, а саме до краудлендингу, частка якого у 2015 р склала 73 %. Тобто, якщо від початку свого існування у структурі краудфандингового фінансування переважали пожертвування, тобто люди «ділились» своїми коштами не чекаючи нічого взамін, то з часом частка бекерів, що очікують на примноження своїх вкладень, почала зростати та домінувати. Тенденція щодо домінування моделей краудфандингу з фінансовою та нефінансовою мотивацією у бекерів зберігалася до 2019 року включно [41]. Проте, дані 2020 року демонструють доволі різке збільшення частки благодійного краудфандингу (на основі пожертвувань) у порівнянні з 2019 роком [41, С. 47], що, на наш погляд, пов'язане з пандемією COVID-19.



* У 2012, 2019 та 2020 роках краудфандинг на основі роялті та гібридний його вид не були визначені як окремі моделі.

** У 2012-2015 рр. краудфандинг у сфері нерухомості не визначався.

Рис. 2.2. Концентрація світового ринку краудфандингу за видами у 2012-2015 рр., %.

Джерело: побудовано автором за даними [2, С. 103; 31; 41; 61].

З даних рис. 2.2. також можна побачити, що інші види краудфандингу зазнали невеликих змін своєї питомої ваги у сукупному обсягу світового краудфандингового ринку. При цьому необхідно звернути увагу на певні

еволюційні моменти, що відбулися на ринку, зокрема у 2019 та 2020 роках дослідниками не подаються дані щодо таких видів краудфандингу, як гібридна модель та модель роялті, але водночас акцентується увага на краудфандингу нерухомості. Фахівці відмічають, що глобальна пандемія підірвала фінансовий фундамент практично всіх секторів національних економік, а також компаній та населення, проте індустрія краудфандингу була доволі гнучкою – вона швидко впровадила нові бізнес-моделі. В результаті їх функціонування навіть за складного періоду пандемії спостерігається збільшення як сукупних обсягів краудфандингового ринку, так і окремих його видів – краудфандингу на основі винагороди та пожертвувань [38]. Серед нових видів, які з'явилися на ринку, – краудфандинг у сфері нерухомості – спосіб залучення капіталу на проекти у сфері нерухомості. Краудфандинг у сфері нерухомості особливо популярний для інноваційних та соціально важливих для суспільства проєктів. Такі проєкти можуть включати відновлювані джерела енергії, стійку інфраструктуру, а також відновлення та збереження історико-культурних пам'яток [55].

Моделі краудфандингу також варто оцінити на предмет їх відкритості до транскордонних транзакцій, тобто обсягів зібраного через краудфандингові майданчики фінансування, що надійшло від спонсорів/інвесторів іноземної юрисдикції. Важливо відмітити, що у 2019 році від бекерів іноземної юрисдикції через краудлендинг вдалося залучити 95 % фінансування. Також достатньо велика частка надходжень від іноземних спонсорів залучалася фірмами, що застосовували краудфандинг на основі пожертвувань – 32 %, що склало 760 млн дол. США (рис. 2.3).

Актуальним напрямком у різних дослідженнях наразі є гендерний аспект. Якщо проаналізувати участь жінок на світовому ринку краудфандингу, то можна констатувати значно нижчий рівень їх участі як спонсорів, так і збирачів коштів, ніж їхніх колег-чоловіків.

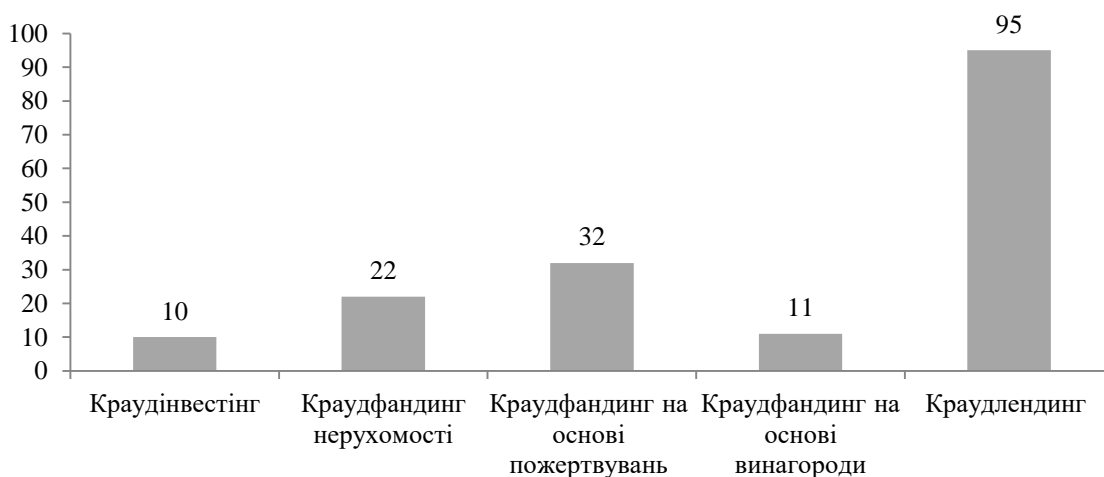


Рис. 2.3. Обсяг внесків бекерів іноземної юрисдикції за моделями краудфандингу у 2019 р., %

Джерело: побудовано автором за даними [61, С. 53].

Досліджуючи залучення жінок за моделлю можна побачити різний рівень їх залучення як у статусі збирачів коштів, так і статусі бекерів у 2019 та 2020 роках. (табл 2.2).

Таблиця 2.2

Участь жінок на світовому краудфандинговому ринку за видами краудфандингу протягом 2019-2020 рр.

Вид краудфандингу	Частка жінок, %			
	Збирачі коштів		Спонсори	
	2019	2020	2019	2020
Краудлендинг (мікрофінансування)	51	59	35	37
Краудінвестинг	23	30	25	23
Краудфандинг нерухомості	8	18	17	25
Краудфандинг на основі нефінансової винагороди	42	33	43	48
Краудфандинг на основі пожертвувань	65	65	49	49

Джерело: побудовано автором на основі [61, С. 56-57].

Трьома найкращими моделями у 2019-2020 рр., де жінки переважали, або ж мали доволі високу частку є краудфандинг на основі пожертвувань, краудфандинг на основі нефінансової винагороди та краудлендинг (мікрофінансування).

І в краудфандингу, що базується на пожертвах, і в краудлендингу, кількість жінок, які збирають кошти, вища, ніж чоловіків. Жінки-збирачі

коштів у моделі краудфандингу на основі пожертвувань складала в 2019 та 2020 роках 65 %. Переважання жіночої статі серед збирачів коштів у крауддендингу (мікрофінансування) може бути пов'язана з місією багатьох таких установ, які офіційно віддають перевагу жінкам-позичальникам.

Гендерний розріз спонсорів також демонструє достатньо високу участь жінок у моделі краудфандингу на основі пожертвувань. Так, обсяг фінансування від жінок-бекерів склав 1,3 млрд дол. США у 2019 р. та 3,4 млрд дол. США у 2020 р., що склало 49 % від усіх спонсорів за цією моделлю в обох роках.

Світова практика застосування краудфандингових технологій у 2015 році свідчить про те, що найпопулярнішими є проекти, які спрямовані на фінансування підприємницької діяльності та бізнесу (частка складає 41,3 %). Наступні позиції займають соціально орієнтовані проекти з часткою 18,9 % та кінематографія з часткою 12,2 %. Фінансування у сфері бізнесу та підприємництва переважно здійснюється за допомогою краудінвестингу, тоді як соціальні проекти та кінопродукція використовують модель краудфандингу, що базується не передбачають винагороди [25].

Також дослідження доводять, що різняться сфери за кількістю повного фінансування проектів. Так, за 2014-2019 рр. трійка лідерів щодо найбільшої частки проектів з повним фінансуванням займали театральні постановки (37,3% від загального числа проектів даної категорії), проекти, пов'язані з тваринами (33,5% від загального числа проектів цієї категорії) та музикою (32,2% від загального числа проектів цієї категорії) (рис. 2.4).

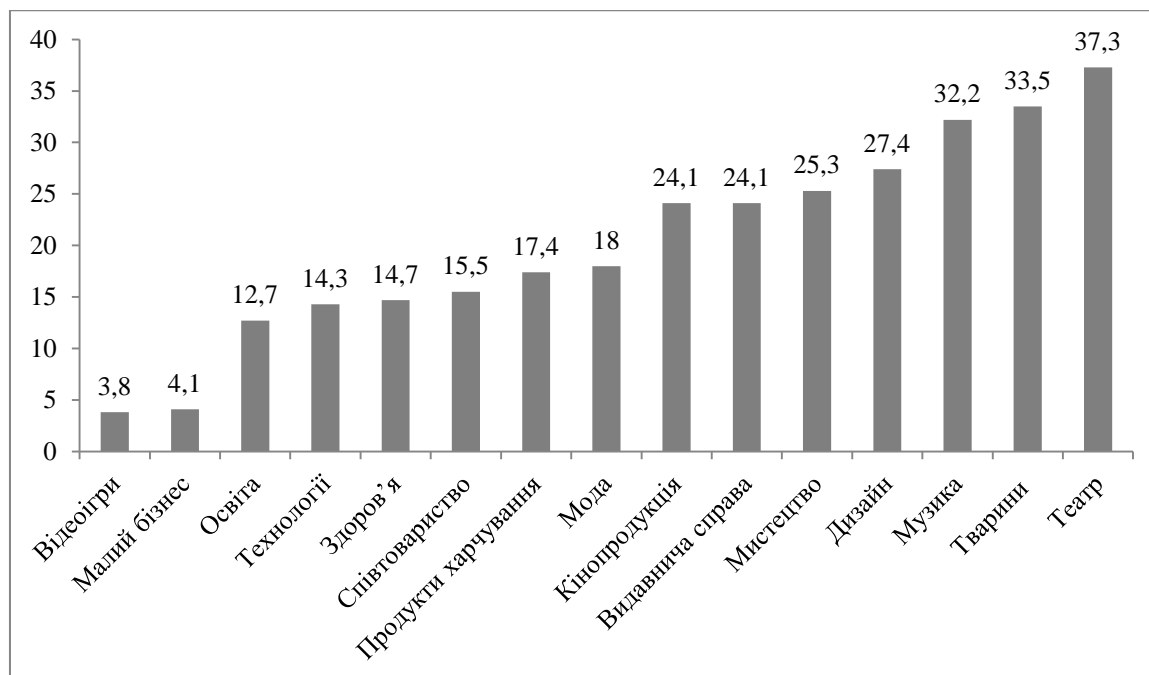


Рис. 2.4. Частка повністю профінансованих проєктів у загальному числі проєктів даної категорії протягом 2014 по 2019, %

Джерело: побудовано автором на основі [34].

Наведені дані свідчать про те, що краудфандингове фінансування не в повній мірі покриває потреби бізнесу та підприємців у фінансових ресурсах. Спонсори більш охочі до підтримки проєктів у галузі розробки технологічних новинок, а також різноманітних соціально-культурних і благодійних заходів, які, на наш погляд, є для них більш близькими для розуміння сферами.

Екосистема глобального краудфандингу передбачає створення та розвиток краудфандингових платформ, кількість яких постійно збільшується. У звіті Світового банку 2013 року можна побачити кількісну оцінку краудфандингових платформ у розрізі окремих країн. Найбільша їх кількість на той час була у Сполучених Штатах Америки (344). Серед Європейських країн лідерами були Велика Британія (87) та Франція (53). При цьому були країни, де функціонувало від 1 до 10 краудфандингових майданчиків, серед них: Китай (1), Естонія (1), Бельгія (1), Індія (10) [36, С.18].

В цілому в світі на даний період нараховувалося понад 1250 активних краудфандингових платформ (рис. 2.5), більшість з яких знаходилися в Європі

(600 платформ) та Північній Америці (375 платформ). Найменша кількість платформ представлена в Африці.

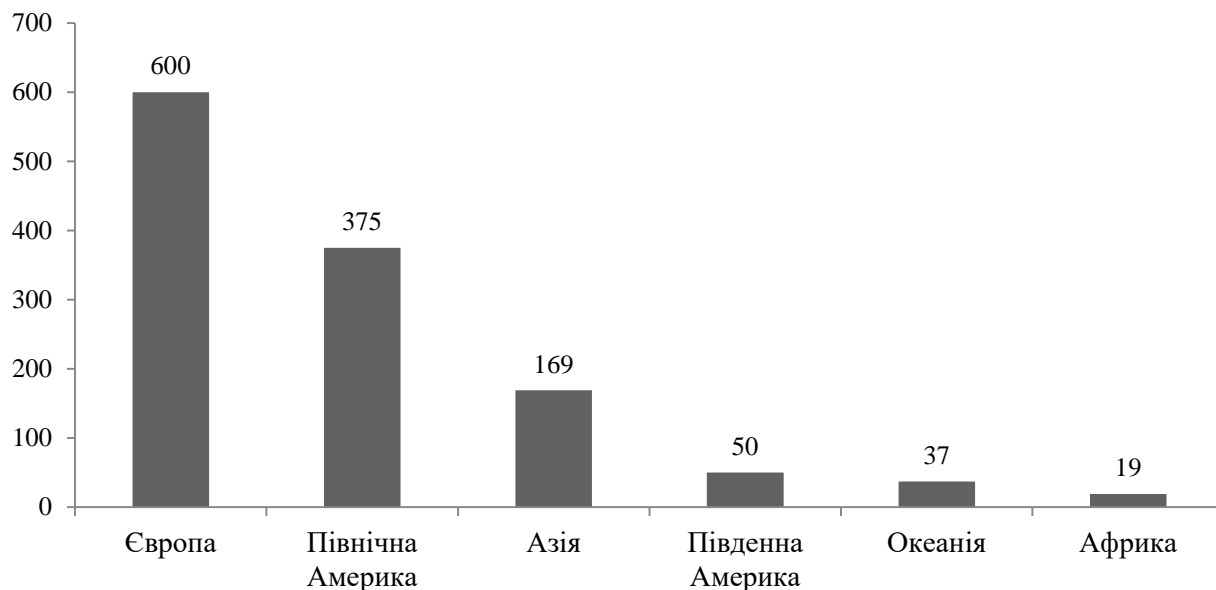


Рис. 2.5. Кількість краудфіндингових платформ у регіональному розрізі станом на 1.01.2020 р.

Джерело: побудовано автором на основі [34].

Слід зазначити, що з часом краудфіндингові майданчики визначаються зі своєю спеціалізацією. Тому виділяють відповідні їх види, зокрема: платформи, які спеціалізуються на кредитному, акціонерному краудфіндингу, або ж на благодійності. Для майданчиків, що реалізують кредитну модель краудфіндингу, зазвичай, формується кредитний рейтинг. Його формують, як правило, експерти даної платформи або ж зовнішні інвестори. Крім того, платформи, які спеціалізуються на комерційному краудфіндингу, як правило, встановлюють комісійні платежі, що відповідно покладає на майданчик певні зобов'язання, а саме: вони забезпечують перевірку документів позичальника. Це дозволяє мінімізувати ризик для інвесторів та водночас підвищує довіру до позичальника та і до самої платформи.

Приклади найпопулярніших краудфіндингових платформ та їх особливості зображені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Найпопулярніші краудфандингові платформи

Платформа (країна)	Країна	Сектор	Дата запуску	Основна цільова група	Краудфандингова модель
Kickstarter	США, Європа	Будь-який	2009	Неприбуткові, комерційні проекти	Нефінансова винагорода
Companisto	Німеччина	Стартапи, нерухомість	2011	Комерційні проекти	Краудінвестинг
WiSEED	Франція	Стартапи, нерухомість	2002	Комерційні проекти	Краудінвестинг
IndieGoGo	США, Європа	Будь-який	2007	Неприбуткові, комерційні проекти	Нефінансова винагорода
SellaBand	Нідерланди, Німеччина	Музика	2006	Неприбуткові, комерційні проекти	Нефінансова винагорода, краудінвестинг
Startnext	Німеччина, Швейцарія	Будь-який (фокус на креативних проєктах)	2010	Неприбуткові, комерційні проекти	Нефінансова винагорода, краудінвестинг
Goteo	Іспанія, Європа	Соціальний	2010	Неприбуткові, комерційні, соціальні проекти	Пожертвування, нефінансова винагорода
Krautreporter	Німеччина	Журналістика	2014	Неприбуткові проекти	Нефінансова винагорода
Visionbakery	Німеччина, Європа	Будь-який	2010	Неприбуткові, комерційні проекти	Пожертвування, нефінансова винагорода
Seedmatch	Німеччина	Стартапи	2011	Комерційні проекти	Краудінвестинг
Betterplace	Німеччина, світ	Соціальний	2007	Неприбуткові проекти	Пожертвування
Wefund	Великобританія	Креативні проекти	2010	Неприбуткові, комерційні проекти	Нефінансова винагорода
FundedByMe	Швеція, Європа	Будь-який	2011	Неприбуткові, комерційні проекти	Нефінансова винагорода, краудінвестинг, краудлендинг
DonorsChoose	Європа	Школа (класні кімнати)	2000	Неприбуткові проекти	Пожертвування
Kiva	Європа, світ	Будь-який	2005	Неприбуткові проекти	Краудлендинг (мікролендинг)

Джерело: складено автором на основі [29].

2.2. Особливості краудфандингових платформ в Україні та зарубіжних аналогів

Найбільш відомими краудфандинговими майданчиками є нью-йоркський Kickstarter та IndieGoGo. Kickstarter та IndieGoGo – це платформи з нефінансовою винагородою (reward-based platforms), якими переважно користуються бізнес-стартапи, проте на них можна також зустріти і різні акції благодійного спрямування.

Через платформу Kickstarter, засновану у 2009 році, було підтримано уже понад 581 тисячу проєктів з усього світу (табл. 2.4). На відміну від інших краудфандингових компаній платформа фокусується на творчих проєктах – від ремеслених ідей до музичних альбомів чи технологічних інновацій. Платформа встановлює обмеження за часом для збирання коштів за кожним проєктом, і якщо кампанії не вдається досягнути своєї цілі фінансування, його закривають, а кошти повертають спонсорам. Найбільша кількість успішність проєктів дозволила залучити від 1 тис. до 9,99 тис. дол. США, при цьому 696 проєктам вдалося зібрати більше 1 млн дол. США на кожний [37].

Таблиця 2.4

Огляд показників краудфандингової платформи Kickstarter станом на 01.02.2023 р.

Категорія	Значення показника
Кількість успішних проєктів, од.	581 000
Сума залучених коштів, млрд дол. США	понад 7,00
Відсоток успішності заявлених проєктів, %	40,34

Джерело: складено автором на основі [37].

Проєкти, що відносяться до відеогри, є найбільш цікавими для бекерів цієї платформи та найпопулярнішими, що зібрали біля 2,1 млрд дол. США станом на лютий 2023 рік. Прикладом найпопулярніших проєктів цієї категорії є: Shadowrun Returns, OUYA, Exploding Kittens. Саме проєкт Exploding Kittens, першою ціллю якого було зібрати всього 10 тис. дол. США, зміг досягнути

цієї цілі протягом перших 8 хвилин після запуску та в кінцевому підсумку залучив понад 8,7 млн дол. США від більше 200 тисяч його прихильників менше, ніж за місяць. А проєкт OUYA був першим, який зібрав 2 млн дол. США протягом перших 24 годин від його запуску.

Наступна категорія за обсягами фінансування проєктів належить дизайнерським проєктам, далі йдуть технології та кіно, і за ними відео. Серед категорій проєктів, обсяг фінансування за якими найменший, є танці (всього зібрано біля 16 млн дол. США).

Топ 10 найуспішніших проєктів на платформі Kickstarter та залучені суми фінансування станом на 01.02.2023 р. представлені у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**Найуспішніші проєкти на платформі Kickstarter
станом на 01.02.2023 р.**

Назва проєкту	Залучена сума фінансування, млн дол. США
Exploding Kittens	219,382
Fidget Cube: A Vinyl Desk Toy	154,926
Bring Reading Rainbow Back for Every Child	105,857
The Veronica Mars Movie Project	91,585
Double Fine Adventure	87,142
Bears vs Babies – A Card Game	85,581
Pepple Time – Awesome Smartwatch	78,471
Torment: Tides of Numenera	74,405
Pillars of Eternity	73,986
Yooka-Laylee – A 3D Platform Rare-vival!	73,206

Джерело: складено автором на основі [54].

Не зважаючи на те, що концентрація краудфандингу та кількість його майданчиків, на яких підприємці та бізнес можуть залучати кошти на розвиток своїх ідей, зростає у всьому світі, багатьом краудфандинговим компаніям, в т.ч. і відомим світовим лідерам, не вдається отримати необхідну підтримку від

інвесторів під певні проєкти. Так, варто зазначити, що станом на лютий 2023 року загальна кількість невдало профінансованих проєктів на краудфандинговій платформі Kickstarter склала понад 345 тисяч. При цьому понад 56 тис проєктів на цей час взагалі не профінансовано, тобто профінансовані на 0 % (рис. 2.6).

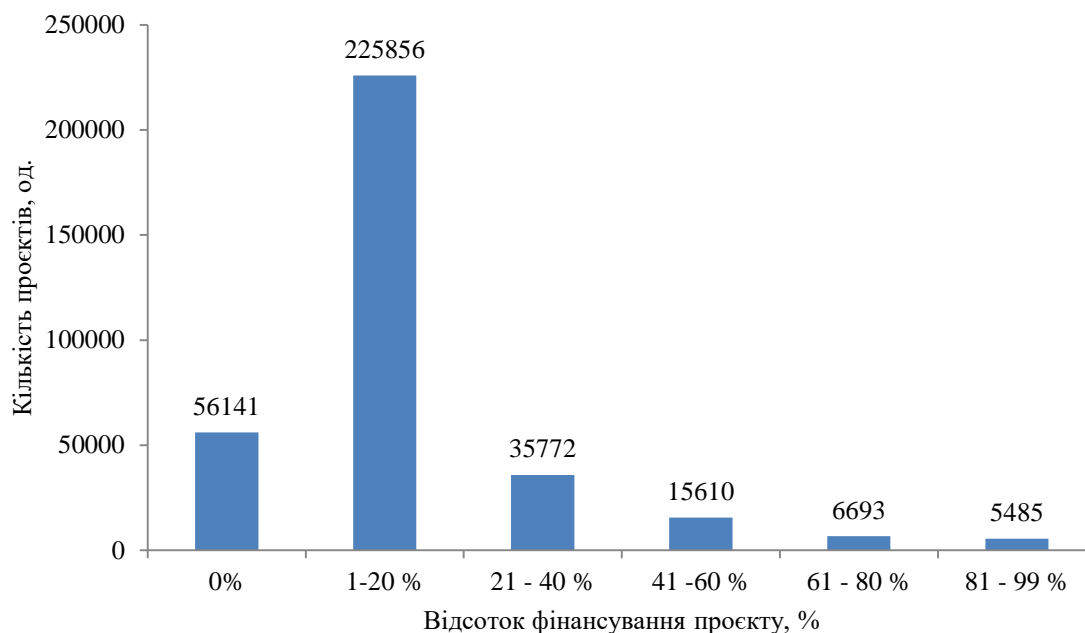


Рис. 2.6. Кількість та відсоток фінансування проєктів на краудфандинговій платформі Kickstarter, станом на лютий 2023 р.

Джерело: складено автором на основі [39].

Краудфандингова платформа IndieGoGo була заснована у 2008 році та підтримує найрізноманітніші креативні бізнес-ідеї, а також неприбуткові та гуманітарні проєкти. Платформа підтримала запуск понад 800 тис. проєктів, залучила від понад 11 млн інвесторів більше 1,3 млрд дол. США. Щомісяця запускається близько 19 тис. проєктів. Середня сума зібраних інвестицій під один проєкт складає 4,2 тис. дол. США. Більше 100 тис. дол. США отримали трохи більше 1,2 тис. проєктів на цій платформі, а 1 млн дол. США і більше зібрали 84 проєкти. IndieGoGo характеризується соціально-орієнтованою політикою, що реалізується через безкоштовне розміщення на ній неприбуткових проєктів, які спрямовані на вирішення соціальних проблем.

Крім того, платформа не тільки збирає кошти для стартапів, а також дозволяє стратаперам продавати те, що вони виробляють. Питома вага успішних проєктів складає 17-18 % від усіх заявлених.

В 2018 році було реалізовано найуспішніший проєкт за 11-річну історію Indiegogo, а саме: Mate X зібрав понад 20 млн дол. США у рамках двох окремих кампаній зі створення складаного електричного велосипеда [46]. Найуспішніші проєкти даної платформи представлені у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

**Найуспішніші проєкти на платформі IndieGoGo
станом на 01.02.2023 р.**

Назва проєкту	Залучена сума фінансування, млн дол
MATE X: eBike	20,6
Flow Hive: Honey on Tap Directly From Your Beehive	12,213
Sondors Electric Bike	5,832
Restore King Chapel Now. Every Day & Dollar Counts	5,048
An Hour of Code for Every Student	5,023
Super Troopers 2	4,474
KAISR Original: The Ultimate Inflatable Air Lounge	4,092
MATE. The coolest and most affordable eBike EVER	3,932
ONAGOfly: The Smart Nano Drone	3,464
GPD WIN 4: Smallest 6800U handheld Console	3,969

Джерело: складено автором на основі [46,48].

Слід зазначити, що на початку своєї діяльності компанія дозволяла практично кожному залучати кошти для будь-яких цілей з незначними обмеженнями, проте в 2021 році організатори компанії заявили, що переходять з відкритої платформи на закриту. Цей крок зроблено задля того, щоб зробити краудфандинг більш безпечним та таким, що заслуговує на довіру. Відтепер IndieGoGo буде більш глибоко та ретельніше вивчати проєкти перед тим як ті, хто шукає фінансування зможуть їх запуснути для збору

коштів [47]. В контексті усунення гендерних розривів для отримувачів фінансування жінками-засновниками ідей слід відмітити, що 39 % фінансування IndieGoGo припадає на жінок, це досить велика частка в порівнянні з багатьма іншими краудфандинговими майданчиками [49].

Краудфандинговим платформам притаманна своя направленість та специфіка. Платформи Kickstarter та IndieGoGo досить схожі за метою свого існування, однак мають певні особливості, що визначені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7.

Основні характеристики Kickstarter та IndieGoGo

Характеристики	Kickstarter	IndieGoGo
Умови розміщення проєкту: громадянство	Громадянин США, Великобританії, Канади, Австралії, Нової Зеландії, Нідерландів, Німеччини, Данії, Ірландії, Швеції, Норвегії (або через посередника-резидента), що досяг 18 років	Громадянин будь-якої країни, який досяг 18 років. Не дозволено розпочинати кампанію особі, яка входить до санкційного списку Управління з контролю за іноземними активами США.
Умови розміщення проєкту: підтвердження особистості	Данні про громадянство та банківський аккаунт проходять ручну модерацію (до 7 днів)	Без підтвердження
Спосіб подачі заявки	Проходить процес затвердження	Без процедури затвердження, проте з 2021 року започатковано процес затвердження
Модель збору коштів	Кошти надаються за умови повного збору заявленої суми. Працює за принципом «все, або нічого»	Кошти надаються за умови повного збору заявленої суми – за першої моделі, або кошти надаються в такій сумі, в якій вони були зібрані – за другої моделі
Комісія платформи	5%	4% - якщо ціль досягнута; 9% - якщо ціль не досягнута
Комісія сервісу виведення коштів	3% + \$0,2 в заставу	3% + \$0,3 в заставу
Час на виведення коштів	До 14 днів	До 14 днів
Внесення коштів	Кредитною картою	PayPal чи кредитною карткою

Джерело: складено автором на основі [50].

Варто відмітити, що запуск кампаній на майданчиках Kickstarter та IndieGoGo має на увазі різні стратегії, рівень підготовки проєкту та різний набір інструментів для досягнення мети. В умовах жорстких термінів,

недостатнього фінансування і повноцінного прототипу варто запускати свій проєкт на IndieGoGo. Якщо ж у проєкті є робочий прототип і сильна маркетингова складова, то найкраще підійде Kickstarter.

Слід зазначити, що за розрахунками маркетингового агентства Funded Today була прорахована вірогідність залучення інвестицій на краудфандингових майданчиках в залежності від заявленої суми збору. Результати розрахунку демонструють різні результати для Kickstarter та IndieGoGo. Так, вірогідність залучити фінансування в розмірі 10 тис. дол. США складає 14,3 % на платформі Kickstarter і 5,28 % на платформі IndieGoGo, тоді як залучити 100 тис. дол. США вірогідніше всього вдасться лише 1,46 % збирачів коштів Kickstarter і 0,4 % – на IndieGoGo (Табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Вірогідність залучення коштів на краудфандингових майданчиках в залежності від заявленої суми фінансування

Сума, дол. США	Kickstarter	Indiegogo
10 000	14,3%	5,28%
25 000	6,21%	1,76%
50 000	3,07%	0,82%
75 000	1,96%	0,5%
100 000	1,46%	0,4%
150 000	0,91%	0,25%
200 000	0,65%	0,19%
250 000	0,51%	0,15%
500 000	0,22%	0,06%
1 000 000	0,08%	0,3%
2 000 000	0,03%	0,01%

Джерело: складено автором на основі [62].

Основні показники діяльності інших відомих міжнародних краудфандингових платформ представлені в таблиці 2.9.

Основні показники діяльності окремих міжнародних краудфіндингових платформ станом на 31.12.2022 р.

Назва платформи	Кількість успішних проєктів, %	Середня сума фінансування одного проєкту	Сумарна сума зібраних коштів платформою	Середній внесок інвестора	Плата за фінансування, яка стягується платформою
Companisto	45	482 103 євро	21 694 620	n/a	10% від зібраних коштів + адміністративна плата
WiSEED	76	357 064 євро	27 136 900	n/a	Від 5 до 20% зібраних коштів
SellaBand	n/a	n/a	4 000 000	n/a	15% від зібраних коштів
Startnext	2 903 (56%)	7 538 євро	21 883 396	n/a	4% в якості обслуговування трансакцій
Goteo	413 (69%)	6 743 євро	2 785 116	48 євро	4% від зібраних коштів
Krautreporter	n/a	n/a	1 000 611	57 євро	0%
Visionbakery	274 (57%)	3 597 євро	1 177 752	55 євро	11,9% від зібраних коштів
Seedmatch	81	291 275 євро	23 593 250	965 євро	Від 5 до 10% зібраних коштів
Betterplace	14 000	1 680 євро	23 529 850	n/a	0%
Wefund	398	n/a	n/a	n/a	5% від зібраних коштів
FundedByMe	418	122 706 євро	11 990 155	5 935 євро	4%, 6%, 8% від зібраних коштів + додаткові плати
DonorsChoose	596 339 (68%)	706 \$	336 363 918	68 \$	0%
Kiva	930 650 (99%)	416\$	742 269 400	10 \$	0%

Джерело: складено автором на основі [29, 35].

В Україні також функціонують та створюються краудфіндингові майданчики. Прискорення їх створенню надали військові події 2014 року на сході України та повномасштабне вторгнення РФ у лютому 2022 року. Саме цим і обумовлена їх спрямованість. Так, українські краудфіндингові платформи переважно спрямовані на вирішення таких завдань, як: допомога Збройним Силам України, надання гуманітарної допомоги постраждалим у

військовому конфлікту, розбудова громадянського суспільства та розвитку громад, а також розвиток бізнесу. Перелік актуальних українських краудфандингових платформ з їх характеристикою наведено в Додатку Б.

З огляду на специфіку українських проєктів, вітчизняні моделі краудфандингу і відповідно платформи поділяють такі типи:

- благодійний краудфандинг (charity-giving or donation-based crowdfunding) – організація збору коштів для адресної допомоги, як правило, вирішення термінових індивідуальних проблем (наприклад: на лікування людини або тривалий медичний догляд за нею, відновлення пошкодженого житла, на навчання в закладі вищої освіти тощо);
- краудфандинг, спрямований на розвиток громади (community-enhancing crowdfunding) – організація збору коштів на розвиток громади, використовує філантропію для підвищення ефективності громади та популяризацію цінностей відкритого суспільства (наприклад: на розвиток міста та його інфраструктури; на обмін інформацією; на суспільне мовлення тощо);
- краудфандинг з нефінансовою винагородою (rewards-based crowdfunding) – організація збору коштів на проєкти, де мотивацією бекерів є отримання нефінансової, суто символічної винагороди (квиток на концерт, або ж продукт, який спонсор профінансував на платформі краудфандингу) [18].

Однією з провідних українських краудфандингових майданчиків є Спільнокошт, який був заснований у 2012 р. на основі платформи соціальних інновацій “BigggIdea”. Спільнокошт стала однією з перших і найвідоміших вітчизняних краудфандингових платформ із соціальних інновацій і добре продуманих ініціатив від дієвих громадян, де фінансуються проєкти розвитку громад у сфері урбаністики, мистецтва, медіа, прав людини, технологій та освіти.

Спільнокошт співпрацює виключно з неприбутковими організаціями та фізичними особами-підприємцями. На платформі не допускаються до участі проєкти, що не мають прозорого плану своєї реалізації, спрямовані на отримання виключно комерційної та/або особистої вигоди, а також проєкти

політичного, релігійного чи благодійного характеру. Розробники проєкту зобов'язані запропонувати спонсорам отримання винагороди за здійснення ними внесків та описати на сайті умови, строки отримання винагороди. Також автори проєктів самостійно визначають необхідну для реалізації проєкту сукупну суму грошових коштів, строк, за який визначена сума повинна бути зібрана. При цьому, строк, що розробники визначають для зібрання загальної суми грошових коштів, не може перевищувати 100 календарних днів з дати публікації проєкту на платформі. Після публікації інформації про проєкт на сайті їх автори не мають права вносити зміни. Отримати зібрані організацією від спонсорів внески на реалізацію проєкту можна лише у тому разі, якщо проєкт зібрав повну суму грошових коштів за встановлений щодо цього проєкту строк.

Автор проєкту отримує зібрані кошти після за мінусом 10 % суми на адміністративні витрати після підписання між організацією та виконавцем задуму угоди про надання гранту про спільну діяльність. Адміністративні витрати включають комісії платіжних систем, витрати на розвиток веб-ресурсу та популяризацію платформи. Якщо проєкт не збирає повної суми коштів, визначеної автором, всі спонсорські внески автоматично повертаються їх вкладникам на картки за мінусом комісії платіжних систем. Надалі доля таких проєктів залежить від рішення організації. Крім того, організація залишає за собою право відмовити проєкту в участі у програмі, якщо його автор порушує умови визначених нею правил.

У таблиці 2.10 зображені основні показники української краудфандингової платформи «Спільнокошт». Як свідчать дані цієї таблиці кількість проєктів, які успішно завершилися, і тих, що не мали успіху, протягом 2015 - I кв. 2023 рр. є постійно змінною величиною. Кількість добродійців, які профінансували проєкти на платформі «Спільнокошт» за означений період нараховує понад 19 тис. осіб. Слід відмітити, що переважна сума вкладу одного інвестора в проєкт від 100 до 1000 грн.

Таблиця 2.10

Кількість успішно профінансованих та неуспішних проєктів за допомогою української краудфіндингової платформи «Спільнокошт» протягом з 2015 по I кв.2023 рр.

Характеристика	2015	2017	2019	2020	2021	2022	2023 (I кв.)
Кількість успішно профінансованих проєктів	71	84	103	62	123	51	36
Кількість неуспішних проєктів	43	35	45	73	86	47	21

Джерело: складено автором на основі [19].

За 10-річний період функціонування краудфіндингового майданчика «Спільнокошт» можна виділити наступні найуспішніші проєкти, а саме: Prometheus, VoxCheck, Мова – ДНК нації, Відкривай Україну, Cultprostir, Київський Рок-клуб, Ukraine EXISTS та KORYDOR (Табл 2.11).

Таблиця 2.11

Характеристика найуспішніших проєктів краудфіндингової платформи «Спільнокошт»

Назва проєкту	Зміст проєкту
Prometheus	Українська неприбуткова платформа масових безкоштовних онлайн-курсів від найкращих викладачів України та світу. Мета Prometheus – здійснити освітню революцію в Україні.
VoxCheck	Перший фактчекінговий проєкт в Україні, що змінює якість української політики. VoxCheck заснований і працює на базі незалежної аналітичної платформи VoxUkraine. Незалежна команда експертів перевіряє публічні заяви топ-політиків на достовірність та популізм.
«Мова – ДНК нації»	Волонтерський освітній проєкт для тих, хто хоче вдосконалити свої знання української мови. Основний проєкт команди – створення мультиків українською мовою для малюків віком від 1 до 5 років.
«Відкривай Україну»	Освітній гейміфікований проєкт для підлітків з малих міст України, який навчатиме прояву активної громадянської позиції та реалізації суспільно-корисних проєктів.

Продовження табл. 2.11

Назва проєкту	Зміст проєкту
Територія Cultprostir	Це онлайн-платформа cultprostir.ua, серія проєктів Cultprostir HUB, мультимедійна енциклопедія «Ukraine. The Best» і безліч інших ініціатив. Герої даної платформи, – музиканти, художники, актори, письменники, журналісти і люди будь-яких інших професій. Платформа підтримує таких людей, розповідає про них країні і світу, знайомить один з одним, сприяє появі нових спільних проєктів.
«Київський Рок-клуб» (ROCK.KIEV.UA)	Найстаріший український сайт присвячений рок-музиці. Тисячі статей, сотні інтерв'ю та рецензій, рок-енциклопедія, афіша і багато іншого.
Ukraine EXISTS	Це виставка чесної документалістики Донбасу і живопису незалежної України з метою донесення до міжнародної спільноти чесної та правдивої інформації про війну в Україні. Додаткова місія проєкту «Ukraine EXISTS» – гуманітарна, що полягає у популяризації сучасного українського візуального мистецтва.
KORYDOR	Онлайн-журнал про сучасну культуру. Це незалежне медіа, без власника, державного ресурсу чи спонсора. KORYDOR виник на базі Центру сучасного мистецтва (CSM) у 2010 році через потребу публічно говорити про важливі процеси, які відбуваються у суспільстві, розглядаючи їх через призму культури.

Джерело: складено автором на основі [19].

Обсяги зібраних коштів, кількість спонсорів за зазначеними вище проєктами краудфандингової платформи «Спільнокошт» представлена у таблиці 2.12.

Таблиця 2.12.

**Фінансові показники найуспішніших проєктів
краудфандингової платформи «Спільнокошт»**

Назва кампанії	Кількість бекерів	Зібрана сума, грн	Заявлена сума, грн	% фінансування
Prometheus	1729	515281	400000	129%
VoxCheck	439	372830	200000	186%
Мова – ДНК нації	821	262517	220000	119%
Відкривай Україну	214	182981	175000	105%
Cultprostir	107	172810	172500	100%
Київський Рок-клуб	59	151892	140000	108%
Ukraine EXISTS	120	150826	150000	101%
KORYDOR	214	120200	100000	120%

Джерело: складено автором на основі [19].

З початком повномасштабного вторгнення краудфандингова платформа «Спільнокошт» стала майданчиком для збирання коштів на потреби захисників

України та гуманітарної допомоги людям, що постраждали під час військових дій. Серед оголошених кампаній щодо збору коштів можна побачити різноманітні проекти, зокрема кошти збираються на авто для евакуації та гуманітарної допомоги; реабілітацію, адаптацію та соціалізацію дітей, постраждалих під час війни; виготовлення та передачі лікувальних пристроїв нашим воїнам ЗСУ; на БПЛА типу коптер для розвідників ЗСУ та ін. (табл. 2.13). При цьому варто відмітити, що обов'язковим елементом кожного проекту є наявність подарунків для добровольців, а також те, що не всі заявлені задуми досягають своєї цілі.

Таблиця 2.13

Проекти платформи «Спільнокошт» у категорії «Перемога України»

Назва проекту	Зібрана сума /заявлена сума, грн	Кіл-ть добровольців	Коротка характеристика проекту
1	2	3	4
Забезпечення надійного зв'язку для 131 батальйону	11 868 / 1279572	23	Допомога 131 батальйону у забезпеченні його надійним зв'язком на бойових позиціях на нулі. Подарунки: – внесок від 500 грн – онлайн-зустріч / зустріч в живу представників батальйону з добровольцями та вручення подяки й пам'ятних подарунків від батальйону; – внесок від 10 тис грн – вручення подяки та трофеїв, здобутих батальйоном на полі бою.
Виробництво бронежилетів для ЗСУ ISC Ukraine	7320 / 250000	21	Виготовлення та безкоштовна передача сертифікованих бронежилетів 4 класу захисту для бійців ЗСУ на передовій за офіційним замовленням від підрозділів. Подарунки: – внесок від 500 грн – подяка в соцмережах; – внесок від 10 тис грн – екскурсія на виробництво та кава – внесок від 35 тис грн – нашивка на 10 бронежилетах імені організації, що зробила такий внесок, та відеозвіт від військових.

Продовження табл. 2.13

1	2	3	4
Маніпулятор та міні екскаватор 131 батальйону ЗСУ на нуль	164288 / 2496667	115	Зібрання коштів на техніку, яка швидко та якісно готуватиме окопи та укріплення для 131 батальйону. Подарунки: – внесок від 500 грн – подяка в соцмережах; – внесок від 10 тис грн – онлайн-зустріч / зустріч в живу представників батальйону з добровольцями та вручення подяки й пам'ятних подарунків від батальйону.
Ні застуди на війні!	251260 / 245399	169	Збір на протизастудні препарати для потреби військових, що розподілить ГО «Рух підтримки закарпатських військових -Ужгород». Подарунки: – внесок від 200 грн – передача патріотичних наліпок; – внесок від 10 тис грн – індивідуальний надпис на боєприпаси від закарпатських військових.
Книжка «Як бути українцем? Інструкція для прибульців»	39201 / 30884	73	Дитяча книга «Як бути українцем? Інструкція для прибульців» — це спосіб розповісти дитині, що означає бути українцем/українкою, через історію. Подарунки: – внесок від 10 грн – скетч із особистою подякою від автора; – внесок від 50 грн – стікерпак з героями книги; – внесок від 100 грн – електронна книга «Як бути українцем? Інструкція для прибульців»; – внесок від 250 грн – паперова книга «Як бути українцем? Інструкція для прибульців» підписана особисто автором, за ексклюзивно низькою ціною.
Врятуй життя захиснику. Тренінги з тактичної медицини.	623737 / 600000	563	Тренінги для всіх бійців, рятувальників за міжнародним протоколом тактичної медицини MARCH та забезпечення якісними аптечками і турнікетами 100 військових. Подарунки: – внесок від 500 грн – фірмова чашка; – ввід 1 тис грн – фірмова футболка; – внесок від 6 тис грн – іменна аптечка; боєць отримає в аптечці листівку від вас, а ви знатимете, кому саме допомогли; – внесок від 10 тис грн – участь у тренінгу з тактичної медицини від наших тренерів.

Джерело: сформовано автором на основі [19].

Характерною відмінністю іноземних краудфандингових платформ від вітчизняних є те, що в Європі та США кошти, як правило, збираються на комерційні стартапи, що мають на меті отримання прибутку. В Україні ж

кошти акумулюються задля підтримки переважно проєктів соціальної спрямованості.

Так, наприклад, на Спільнокошті були представлені такі проєкти, як «Творча реабілітація учасників АТО», книжковий фестиваль «Маестро», 5-й фестиваль кіно та урбаністики «86», літній дитячо-юнацький табір Range Camp Ukraine та багато інших ідей, що спрямовані на культурний розвиток молоді, допомогу соціально незахищеним верствам населення, просування вітчизняної кінопродукції, музики та літератури. Таку тенденцію розвитку українського краудфандингу можна пояснити складною економічною ситуацією в країні, за якої соціальні, культурні та освітні програми фінансуються з бюджету на мінімальному рівні.

Водночас, незважаючи на відносно невеликі обсяги залучених коштів порівняно, наприклад, з Українською благодійною біржою (УББ), Спільнокошт є прикладом того, як краудфандинг впливає на трансформаційні процеси, що відбуваються в Україні. Наприклад, кампанії «Громадського радіо» на Спільнокошті, перша кампанія якої була розпочата ще до початку Євромайдану 2013 року, свідчать про готовність людей платити за об'єктивну інформацію і підтримувати реформу суспільного мовлення. Переломною точкою в історії українського краудфандингу можна вважати фандрайзингову кампанію «Громадського телебачення», котра зібрала 1 млн гривень.

GoFundEd – краудфандингова платформа для освітніх проєктів, що започаткована в 2016 році, що надає можливості вчителям збирати кошти на свої інноваційні шкільні проєкти, спрямовані на розвиток найважливіших навичок у школярів. Станом на квітень 2023 року ця платформа опублікувала 174 кампаній і збрала більше 4,8 млн грн від понад 6600 добровольців [43].

Краудфандинговий майданчик «Тепле Місто» запровадив зовсім іншу модель краудфандингу. Це інноваційна платформа для створення можливостей і суспільних трансформацій в Україні та поза її межами [20].

Так, платформа започаткувала проєкт Urban Space 100, який є прикладом соціального підприємства у форматі ресторану. Щоквартально 80%

чистого прибутку закладу розподіляється винятково на реалізацію громадських проєктів із розвитку Івано-Франківська.

Як зазначено на сайті майданчика «Тепле місто», цілями даного проєкту є:

- «створення, прозорого цільового фонду, призначеного для фінансування соціальних стартапів та проєктів, спрямованих на розвиток міста;
- створення фізичного майданчика для активізації проактивного кластера міста, що дає імпульс ініціативам та зберігає динаміку їх розвитку;
- об'єднання ста людей практичного інтелекту, готових інвестувати у проєкт та розподіляти кошти на фінансування інших ініціатив» [20].

За період кінець 2014 – 2022 рр. програмою Urban Space 100 було профінансовано 145 проєкти з підтримки соціальних ініціатив із розвитку Івано-Франківська на загальну суму понад 4,2 млн грн, а також координаційний центр підтримки військових Прикарпаття – Save Ukraine Now на 1 млн грн [63].

Платформа «Тепле Місто» працює над розвитком програми, що передбачає відкриття закладів мережі Urban Space в інших містах на умовах соціальної франшизи. Першим таким закладом став Urban Space 500 в Києві, який запрацював в грудні 2018 року, який з початку повномасштабного вторгнення РФ реалізує різноманітні проєкти на підтримку військової міцності України. Так, восени 2022 року громадський ресторан Urban Space 500 спільно з ГО «Простір 500» запустили аукціон робіт молодих художників. При цьому 70 % коштів з продажу картин йдуть у волонтерські організації такі як: «Повернись Живим», благодійний фонд Сергія Притули, АГОВ, МУР, «Ліки help», Rescue now, «Госпітальєри».

Слід зазначити, що українці активно використовують можливості міжнародних краудфандингових платформ з нефінансовою винагородою на зразок Kickstarter, які пропонують інвесторам опцію передзамовлення, а авторам проєктів – фінансування стартапів. У таблиці 2.14. наведена

статистика українських краудфандингових кампаній представлених на різних міжнародних сайтах і українських платформах.

Таблиця 2.14

Українські фандрайзингові кампанії представлені на українських та міжнародних краудфандингових майданчиках станом на 31.12.2022

Назва платформи	Кількість підтриманих кампаній	Зібрані кошти, грн	Кількість добродчинців	Рік заснування	Середня сума фінансування одного проекту, грн	Середній внесок інвестора, грн	Комісія платформи
Українська біржа благодійності	1 800	214 478 521	530 540	2011	119 155	400	0%
Спільнокошт	290	21 680 971	35 623	2012	74 762	600	10%
GoFundEd	83	3 485 753	4 371	2015	41 997	800	10%
RazomGo	3	221 562	дані відсутні	2018	73 854	дані відсутні	8%
Na-Starte	59	12 100 000	дані відсутні	2014	205 085	дані відсутні	8%
KickStarter	82	39 367 053	дані відсутні	2010	480 086	дані відсутні	5%
Indiegogo	2 300	2 025 000	4 500	2008	880	450	5%

Джерело: складено автором на основі [39, 41].

Найбільші вітчизняні стартапи, які були профінансовані за допомогою Kickstarter, належать до найбільш популярної серед спонсорів цього майданчику категорії Product Design. Так, на Kickstarter львівський проєкт LaMetric – універсальний годинник, розроблений львівською командою, який показує температуру, погоду, новини з бірж тощо, зібрав 369 тис. дол США, український стартап Petcube – розумний гаджет для домашніх улюбленців, акумулював за два рази сукупно понад 570 тис. дол США від майже 4 тис інвесторів; вітчизняний стартап iBlazr – світлодіодний спалах для смартфонів та планшетів, який вільно синхронізується з iPhone, iPad та Android – 156 тис. дол США; запорізький проєкт Jollylook – фотокамера для миттєвих знімків,

виготовлена з переробленого паперу та картону мобілізувала майже 332 тис. дол США від майже 5,5 тис. інвесторів.

Найбільш успішними українськими проєктами Indiegogo стали смартфон Ubuntu Edge (понад 13 млн дол. США), вулик Flow Hive (11,32 млн дол. США), розумний шолом Skully (2,8 млн дол. США) та сімейний робот Jibo (2,3 млн дол. США).

Проте існує низка специфічних вимог міжнародних краудфандингових платформ, які можуть створити перешкоди для реалізації стартапів українських авторів, а саме:

- наявність рахунку на Amazon Payments;
- наявність в колективі авторів представника однієї з країн, де офіційно запущений Kickstarter.

Отже, аналіз вітчизняних та зарубіжних краудфандингових платформ показує, що на українських платформах комісія за розміщення проєкту значно вище, ніж на зарубіжних ресурсах. Така тенденція, на нашу думку, сформувалась через те, що процес подачі проєкту на українських платформах займає довший час та потребує участі значної кількості спеціалістів, що допомагають авторам допрацювати ідею. В той час коли, наприклад, на Indiegogo взагалі немає затвердженого процесу подачі заявки.

2.3. Оцінка вартості залученого за допомогою краудфандингу капіталу (на прикладі стартапу «Duovox Ultra»)

Для аналізу вартості залученого фінансування за допомогою краудфандингової платформи було обрано стартап «Duovox Ultra: Монокуляр нічного бачення військового класу». Продукція китайської компанії «Duovox Mate Pro» є актуальною у сучасному непередбачуваному світі, де потрібно бути готовим до будь-якої ситуації. Незалежно від того, чи це стихійні лиха, громадянські заворушення чи потенційні сценарії кінця світу, наявність

правильних інструментів у розпорядженні кожної людини може допомогти їй вижити. У зв'язку з цим Duovox Ultra представила найпотужнішу кольорову камеру нічного бачення військового класу.

Перші інвестиції компанія змогла залучити у 2021 році презентувавши свій проєкт на краудфандинговій платформі Kickstarter. Тоді засновникам вдалось зібрати 251225 дол. США (було заплановано 100 тис. дол. США) від 1658 інвесторів. Вдруге компанія виставила свій проєкт на платформі у 2022 році, зібравши 319193 дол. США (ціль – 200 тис. дол. США) від 2201 інвесторів (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

Залучення інвестицій стартапом «Duovox Ultra»

Тип фінансування	Інвестор	Дата	Сума інвестицій, \$
Бізнес-акселератор	SOSV, Semyon Dukach	13/08/2021	\$70,000
Краудфандинг	-	05/11/2021	\$251,000
Ангельські інвестиції (початкове фінансування)	SOSV, Нах, Semyon Dukach	18/11/2021	\$70,000
Бізнес-акселератор	Нерозкрите джерело фінансування	10/09/2021	\$250,000
Венчурні капіталісти (Насінний раунд)	SOSV, Almaz Capital, AVentures Capital	17/03/2021	\$1,100,000
Венчурні капіталісти (Насінний раунд)	Almaz Capital, AVentures Capital, Y Combinator	03/12/2021	\$2,600,000
Краудфандинг	-	02/08/2022	\$241,620
Венчурні капіталісти (Раунд А)	Almaz Capital, AVentures Capital, Y Combinator	25/10/2022	\$10,000,000

Джерело: складено автором на основі [40].

У березні 2021 р. Duovox Ultra вперше отримав 1 млн 100 тис. дол. США інвестицій від венчурних фондів Almaz Capital і AVentures Capital. Протягом 2021 р. Duovox Ultra отримав 2 млн 600 тис. дол. інвестицій від Almaz Capital, AVentures Capital та Y Combinator. Раунд фінансування – «насінний». В цьому раунді кошти збираються для підтримки початкових досліджень, дослідно-конструкторських робіт компанії, що включають у себе з'ясування того, чим буде продукт і хто буде його споживачем.

Протягом 2022 р. Duovox Ultra залучив набагато більше – 10 млн дол. США від Almaz Capital, AVentures Capital та Y Combinator. Про вагомість такого інноваційного проєкту свідчить і той факт, що його розробники потрапили до списку 100 людей – творців змін в світі. Раунд фінансування – А, який передбачає акумулювання коштів для оптимізації продукту, що вже має базу користувачів. З’являється можливість масштабування продукту на різних ринках. У цьому раунді важливо мати план для розробки бізнес-моделі, яка буде генерувати довгостроковий прибуток.

Проаналізувавши сутність краудфінандингу виникає питання як оцінити даний метод фінансування. Розглянемо методологічні основи економічної оцінки організації краудфінандингу в цілях його використання для фінансування проєкту.

Залучаючи фінансування з будь-якого джерел, в т.ч. це стосується і власних коштів, необхідно заплатити певну плату, яка має називається ціною капіталу. Це буде сума коштів, яку платять за використання фінансових ресурсів, що визначається у відсотках до цього обсягу. Зокрема, ціна капіталу буде визначатися за наступною формулою:

$$\text{Ціна капіталу} = \frac{\text{Сума плати за залучення фінансових ресурсів}}{\text{Сума залучених фінансових ресурсів}} \times 100\% \quad (2.1)$$

Ціна капіталу дає можливість обрати той чи інший варіант фінансування проєкту (підприємства). Серед джерел фінансування є такі, для яких ціна капіталу визначається достатньо просто (наприклад, ціна банківського кредиту - це процентна ставка). Водночас є і такі джерела, для яких така оцінка здійснюється достатньо важко. Проте для прийняття рішення щодо залучення фінансових ресурсів, для оцінки ефективності авансованих в діяльність підприємства коштів визначення ціни капіталу є просто необхідним (табл. 2.16).

Оцінка вартості капіталу для різних джерел фінансування

Вид фінансування	Розрахунок вартості фінансування
Самофінансування	Дохідність альтернативного вкладення. Проводиться аналіз всіх альтернативних можливостей використання ресурсів. Вибирають ту альтернативу, у якій найвища дохідність.
Кредитне фінансування	$\frac{\text{Сума відсотків за обслуговування кредиту}}{\text{Сума кредиту}}$
Емісійне фінансування	$\frac{\text{Сума дивідендів до виплати}}{\text{Кошти, що мобілізуються за допомогою емісії акцій}}$ $\frac{\text{Сума процентних виплат по облігаціях}}{\text{Кошти, що мобілізуються за допомогою розміщення облігацій}}$
Державне фінансування	$\frac{\text{Сума відсотків за обслуговування гарантії}}{\text{Сума гарантії}}$ Дана формула застосовується при отриманні від держави позикових коштів. Ціна залучення безоплатних коштів дорівнює нулю.
Лізинг	$\frac{(Сх - НА)(1 - Н)}{1 - Зфх}$ Де Сх – річна ставка відсотку по лізингу; НА – річна норма амортизації активу, залучена по лізингу; Н – ставка податку на прибуток; Зфх – відношення витрат по залученню активу на умовах фінансового лізингу до вартості цього активу.
Венчурне фінансування	$\frac{Ve - Ko}{Ko} \times 100$ Де Ve – вартість компанії на момент виходу з неї венчурного інвестора; Ko – об'єм першочергових інвестицій.
Краудфандинг	$\frac{K + ПС + Н + В}{ФЦ}$ Де К – комісія краудфандингової платформи, грошова одиниця; ПС – збір платіжної системи, грошова одиниця; Н – ПДФО або податок на прибуток, грошова одиниця; ФЦ – зібрана сума фінансування, грошова одиниця; В – вартість винагороди, грошова одиниця. Винагорода може бути фінансовою чи нефінансовою. До фінансової винагороди відносять відсоток від прибутку, акції, відсоток від вартості зібраних коштів при їх поверненні.

Джерело: складено автором на основі [23].

Для визначення ціни краудфандингу розраховується розмір фінансової цілі. Фінансова ціль – це сума коштів, яку необхідно зібрати протягом

заявленого терміну на краудфандинговій платформі. Фінансова ціль повинна включати:

- необхідні для реалізації проєкту кошти;
- комісію краудфандингової платформи;
- збір платіжної системи;
- податки, які потрібно буде сплатити після залучення коштів на платформі.

Тобто на краудфандинговій платформі потрібно зібрати таку суму коштів, аби після вирахування з неї комісії краудфандингової платформи, збору платіжної системи і податків залишилась сума коштів, які необхідні безпосередньо для реалізації проєкту:

$$\PhiЦ - \PhiЦ \frac{К\%}{100} - \PhiЦ \frac{ПС\%}{100} - \PhiЦ \frac{Н\%}{100} = НС \quad (2.2)$$

Таким чином фінансова ціль розраховується наступним чином:

$$\PhiЦ = \frac{НС}{1 - \left[\frac{К\%}{100} + \frac{ПС\%}{100} + \frac{Н\%}{100} \right]} \quad (2.3)$$

Де $\PhiЦ$ – фінансова ціль, грошова одиниця;

$К\%$ – процент комісії краудфандингової платформи, %;

$ПС\%$ – процент збору платіжної системи, %;

$Н\%$ – ставка податку, %;

$НС$ – необхідні кошти на реалізацію проєкту, грошова одиниця.

Для того аби фінансово оцінити вартість залученого капіталу Duovox Ultra у 2021 та 2022 роках проведемо розрахунки з використанням формул представлених вище.

Дані, що використовувались у розрахунках та отримані результати дослідження, представлені в таблиці 2.17.

**Вихідні дані та результати розрахунку вартості залученого капіталу
за допомогою краудфіндингу стартапом Duovox Ultra**

Критерій	2021	2022
Фінансова ціль	\$100 000	\$200 000
Комісія краудфіндингової платформи	5%	5%
Відсоток збору платіжної системи (Stripe payments)	3%	3%
Ставка ПДВ	20%	20%
Необхідні кошти на реалізацію проєкту (розраховані дані)	\$72 000	\$144 000
Фактична сума зібраних коштів	\$251 225	\$319 193
Відсоток виконання фінансової цілі (розраховані дані)	251%	160%
Фактична ціна залученого капіталу (розраховані дані)	24,9%	27,3%

Джерело: розрахункові дані

Розрахунок необхідних коштів на реалізацію проєкту (або кошти які фактично мають бути отримані у користування Duovox Ultra за вирахуванням комісійних платежів та податків) був здійснений наступним чином:

Для 2021 року: $НС = 100\ 000 - 100\ 000 \times (0,05 + 0,03 + 0,2) = \$72\ 000$;

Для 2022 року: $НС = 200\ 000 - 200\ 000 \times (0,05 + 0,03 + 0,2) = \$144\ 000$;

Після закінчення збору коштів варто оцінити вартість винагороди та розрахувати фактичну вартість фінансування.

Ціна краудфіндингу була розрахована наступним чином:

Фактична вартість фінансування для 2021 року:

$Цк = (251\ 225 \times 0,05 + 251\ 225 \times 0,03 + \$211\ 817 \times 0,2 + 95) / 251\ 225 = 24,9\%$

Фактична вартість фінансування для 2022 року:

$Цк = (319\ 193 \times 0,05 + 319\ 193 \times 0,03 + \$308\ 736 \times 0,2) / 319\ 193 = 27,3\%$

Важливо зазначити, що вартість капіталу була розрахована з врахуванням того, що компанія є платником ПДВ (розрахунок ПДВ здійснювався за чинним українським законодавством), у разі якщо компанія не є платником ПДВ, а отримане фінансування підприємство оприбутковує як благодійну допомогу, вартість залучення капіталу буде значно нижчою та привабливішою для підприємства.

Більше того, краудфандинг варто розглядати не лише як інструмент фінансування, а і як успішну маркетингову кампанію. Так, ще до початку створення першого продукту, компанії вдалось залучити кошти, які будуть використанні на доопрацювання прототипу продукту та покривати витрати на проведення додаткових досліджень.

Отже, аналіз краудфандингового способу фінансування дозволяє зробити висновок, що він є реальним інструментом запуску стартапу, який поряд з бізнес-ангелами чи венчурними фондами, допомагає розпочати, втілити у життя задум на самих складних початкових етапах його функціонування.

Таблиця 2.18

Розрахунок вартості винагороди та суми що підлягає оподаткуванню (2021 рік)

Сума вкладення (від .., \$)	Винагорода	Кількість інвесторів	Загальна сума вкладень	Вартість винагороди	Загальна вартість винагороди	Сума, яка буде оприбутковуватись як аванс за товари та з якої буде стягнений ПДВ	Сума, яка буде оприбуткована як благодійна допомога
\$5	Подяка	146	\$1 730	\$0	\$0	\$0	\$1 730
\$29	Еко сумка	19	\$1 551	\$5 – собівартість виробництва додаткового блага	\$95	\$0	\$1 551
\$99	Монокуляр (зі знижкою, протягом пільгового періоду)	272	\$26 928	\$0, переплата	\$0	\$26 928	\$0
\$149	Монокуляр	1 143	\$170 307	\$0, переплата	\$0	\$170 307	\$0
\$179	Монокуляр та чохол	47	\$8 413	\$0, переплата	\$0	\$8 413	\$0
\$199	Монокуляр та 2 чохли	11	\$2 189	\$0, переплата	\$0	\$2 189	\$0
\$299	Набір фана (Монокуляр та 2 чохли та інші нематеріальні винагороди)	16	\$4 784	\$0, переплата	\$0	\$3 184	\$1 600
\$5000	Набір фана, зустріч з засновниками	4	\$35 323	\$0, переплата	\$0	\$796	\$34 527
Всього	-	1 658	\$251 225	-	\$95	\$211 817	\$39 408

Джерело: розрахункові дані.

Таблиця 2.19

Розрахунок вартості винагороди та суми що підлягає оподаткуванню (2022 рік)

Сума вкладення (від .., \$)	Винагорода	Кількість інвесторів	Загальна сума вкладень	Вартість винагороди	Загальна вартість винагороди	Сума, яка буде оприбутковуватись як аванс за товари та з якої буде стягнений ПДВ	Сума, яка буде оприбуткована як благодійна допомога
\$1	Подяка	115	\$5 115	\$0	\$0	\$0	\$5 115
\$119	Монокуляр+	1 134	\$138 278	\$0, переплата	\$0	\$138 278	\$0
\$149	Монокуляр+(зі знижкою, протягом пільгового періоду)	754	\$112 346	\$0, переплата	\$0	\$112 346	\$0
\$179	Монокуляр+	19	\$3 401	\$0, переплата	\$0	\$3 401	\$0
\$279	Монокуляр + (2 од.)	31	\$8 649	\$0, переплата	\$0	\$8 649	\$0
\$309	Монокуляр + (2 од.)	137	\$42 333	\$0, переплата	\$0	\$42 333	\$0
\$339	Монокуляр + (2 од.) Набір фана, зустріч з засновниками	11	\$9 071	\$0, переплата	\$0	\$3 729	\$5 342
Всього	-	2 201	\$319 193	-	\$0	\$308 736	\$10 457

Джерело: розрахункові дані.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ РИНКУ КРАУДФАНДИНГУ В УКРАЇНІ

3.1. Світова практика законодавчого регулювання ринку краудфандингу та перспективи використання зарубіжного досвіду для України

Варто почати з того, що в законодавстві України поняття краудфандинг відсутнє. В світі ж ця сфера вже давно регулюється законодавством, яке стимулює подібні ініціативи та підтримує бізнес.

Найпрогресивніше на сьогодні краудфандингове законодавство – американський закон the JOBS Act (The Jumpstart Our Business Startups Act), підписаний 5 квітня 2012 року [60]. Цей законодавчий акт мав за мету відродити сектор малого бізнесу в США після фінансової кризи. Закон зменшив регулювання, включаючи нагляд і звітність, усунув певні бар'єри та дозволив нові способи доступу до капіталу, тобто відкрив доступ малому бізнесу до краудфандингового фінансування. Це полегшує підприємцям відкриття бізнесу або розвиток поточного бізнесу.

Закон прописує основні положення для краудінвестингу і дозволяє залучати до 1 млн дол. США на рік (на 12 місяців) під окремий проєкт. Згідно даного закону інвестор офіційно отримує право на акції підприємства, в яке були вкладені інвестиції, право на отримання дивідендів та право голосу на Загальних зборах акціонерів. При цьому, протягом року інвестор з річним доходом менше 100 тис. дол. США може вкладати кошти у сумі не більше 2 тис. дол. США (5% від його річного доходу). Інвестор, який має дохід 100 тис. дол. США і більше, може інвестувати 10% від загального річного доходу, але не більше 100 тис. дол. США у цілому за рік [60].

До прийняття у США вище згаданого закону стартап, який не є публічною компанією, міг залучити капітал тільки від кваліфікованих інвесторів, тому що ранній етап характеризується найвищим рівнем ризикованості. Саме кваліфікованим інвесторам дозволялося здійснювати вкладення у такі проєкти, т.я. вважалося, що вони готові оцінити ризики та їх прийняти. За законодавством США кваліфікований інвестор визначається як компанія чи фізична особа, яка володіє більше 1 млн дол США, не включаючи вартість основного житла, або яка має річний дохід за кожен з останніх двох років більше за 200 тис. дол. США (у випадку, якщо особа знаходиться в шлюбі, – більше 300 тис. дол. США з урахуванням доходу чоловіка/жінки). Параметри для кваліфікованого інвестора значно ускладнювали процедуру залучення фінансування для бізнес-проєктів [18].

Новації у законодавстві США 2012 року активізували процеси щодо міграції бізнесу та інвестиційного капіталу до Сполучених Штатів. Це спонукало Канадський уряд винести в грудні 2012 року на публічне обговорення концепція аналогічного законопроєкту, який передбачає максимальну планку фінансування в розмірі 1,5 млн дол. США [18].

Серед європейських країн одними з перших, хто на законодавчому рівні визнав краудфандингове фінансування стали Бельгія, Великобританія, Франція та ін. В 2014 році ці країни почали регулювати краудфандинг. Так, Бельгія встановила максимальний розмір індивідуальної інвестиції в стартап на рівні 1 тис. євро, при цьому не встановлюється максимально можлива сума інвестування проєкту.

У Франції регулюючий краудфандинг закон регулює акціонерний, нефінансовий і благодійний краудфандинг (освітні цілі), тим самим полегшує роботу краудфандингових платформ. Максимальний розмір фінансування одного проєкту встановлений законом в розмірі 1 млн євро, проте очікується збільшення цієї величини до 5 млн євро Крім того, закон розділяє інвестиційні портали і посередницькі ресурси на три категорії: платформи для позики під відсотки або без них (IFP), ресурси для реалізації акцій (CIP) та платформи з

надання інвестиційних послуг (PSI). Всі три види платформ, згідно даного закону, повинні пройти реєстрацію в ORIAS [45]. ORIAS повинна перевірити платформу на предмет компетенції і відповідних знань своїх зобов'язань та наявність обов'язкового страхування професійної відповідальності. Якщо говорити про P2P платформи, то для них законодавством також встановлений ліміт кредитування в розмірі 1 млн євро з фіксованою відсотковою ставкою і максимальним строком кредитування до 7 років. Право кредитування надано лише фізичним особам в обсязі не більше 1 тис. євро на один проєкт, якщо кредитування здійснюється у вигляді кредиту з відсотками, або до 4 тис. євро на один проєкт, якщо на безвідсотковій основі.

У Великобританії законом встановлені обов'язкові вимоги щодо розміру статутного капіталу, необхідного підприємству для ведення краудфандингової кампанії (50 000 євро або як певний відсоток встановлений урядом від суми фінансування). Регулювання максимальної суми, яка може бути інвестована в проєкт, не здійснюється [32].

В Іспанії краудфандингове законодавство діє з 29 квітня 2015 року. Зокрема, закон розмежує всіх інвесторів на два типи – акредитованих та неакредитованих. Приватні або юридичні особи з річним доходом більше ніж 50 000 євро, або з активами вартістю понад 100 000 євро, середні і великі підприємства з активами вартістю 1 млн євро, виручкою 2 млн євро або капіталом в 300 000 євро, а також інституційні інвестори вважаються акредитованими і можуть фінансувати проєкти без обмежень. Неакредитовані інвестори можуть інвестувати максимум 3 000 євро на кожен проєкт, але не більше 10 000 євро на рік. Загальна сума залучених коштів може складати 5 млн. євро, за умови, що інвестиції будуть зроблені тільки акредитованими або професійними інвесторами. Якщо проєкт відкритий як для акредитованих, так і для неакредитованих інвесторів, компанія може розраховувати на інвестиції у сумі не більше 2 млн євро. Крім того, допускається перевищення заявленої суми не більше ніж на 25% (якщо заявлена сума становить 100 000 євро, компанія може залучити максимально лише 125 000 євро). Якщо говорити про

вимоги до платформ, які збирають кошти, то дане законодавство вказує, що власник платформи повинен мати мінімальний акціонерний капітал в розмірі 60 000 євро або оформлену страховку соціальної відповідальності з мінімальним покриттям збитку в 300 000 євро. Якщо протягом року обсяг коштів, залучених за допомогою платформи, складає більше 2 млн євро, мінімальний акціонерний капітал повинен дорівнювати 120 000 євро. Видача дозволу на проведення активної краудфандингової кампанії в Іспанії надається Національною комісією ринку цінних паперів після обов'язкового заключення від Банку Іспанії [32].

Німеччина приєдналася до країн, що регулюють краудфандингове фінансування 10 липня 2015 року. Закон не встановлює обмежень щодо мінімально необхідного статутного капіталу підприємства. Якщо підприємство має вільно доступні активи вартістю більше 100 тис євро, максимальний розмір інвестиції має складати 10 тис. євро. Якщо сума таких активів менша за 100 тис. євро, сума інвестиції може бути не більшою за дві місячні заробітні плати такої особи (але не більше 10 тис. євро). Для юридичних осіб уряд не встановлював лімітів [32].

В Португалії подібний закон вступив в силу 24 серпня 2015 року. Він регулює розмір мінімального статутного капіталу для підприємств, що залучають інвестиції на рівні 50 тис. євро. Підприємство має право не дотримуватись даного регулювання у випадку наявності страхування своєї професійної відповідальності з страховою сумою не меншою за 50 тис. євро. Суми максимально можливих інвестицій, залучених за допомогою краудфандингової платформи визначені на рівні 1 млн євро на рік та на проєкт. Якщо проєкт фінансувався професійними інвесторами (фізичні особи з доходом більшим за 100 тис. євро чи юридичні особи), даний ліміт збільшують до 5 млн євро. Сума однієї інвестиції обмежується 3 тис. євро на один проєкт, але не більше 10 тис. євро на рік. Даний ліміт не розповсюджується на професійних інвесторів та юридичних осіб [32].

Австрія почала регулювати краудфандинг (краудінвестинг) починаючи з 1 вересня 2015 року. Ліміти кредитування в даній країні встановлені на рівні 1,5 млн євро на рік, але не більше 5 млн євро протягом 7 років. Максимальна інвестиція однієї особи має складати 5 тис. євро на рік. Даний ліміт не розповсюджується на юридичних осіб, професіональних інвесторів. Вони можуть вкладати більше за 5 тис. євро на рік, проте загальна сума інвестиції не може бути більшою за 10% від їхнього чистого прибутку чи фінансових активів [32].

У жовтні 2015 року закон регулюючий краудфандинг з'явився в Австралії. Зокрема, він регулює виключно краудінвестинг та направлений на лібералізацію діючих правил, аби зробити цей сектор більш доступним для широкої аудиторії. В даному законодавстві краудфандинг визначають пріоритетним способом фінансування стартапів [32].

Ізраїль також знаходиться серед країн, що вдалися до регулювання краудфандингу у 2014-2015 рр. Закон з регулювання краудфандингового фінансування Ізраїлю направлений на полегшення залучення інвестицій. Ліміт кредитування встановлений на рівні 5 тис. шекелів на один проєкт та не більше 10 тис. шекелів на рік.

Встановлені правила в сфері краудфандингу в європейських країнах у 2014-2015 рр. не до кінця розв'язали проблеми, що заважають розвиватися цьому альтернативному способу фінансування малого і середнього бізнесу. Протягом багатьох років однією з найбільших перешкод, з якою стикаються краудфандингові платформи, що прагнуть пропонувати свої послуги за кордоном, були відмінні ліцензійні вимоги та відсутність спільних правил у Європейському Союзі. Це призводило до високих витрат на приведення до відповідних вимог, що не дозволило краудфандинговим платформам ефективно масштабувати надання своїх послуг. У наслідок цього, малі підприємства мали менше можливостей фінансування, а інвестори мали менше вибору та стикалися з більшою невизначеністю під час інвестування за кордоном.

Розуміючи важливість регулювання краудфандингового ринку європейські країни не зупинялися в питанні регламентації краудфандингу. Так, 10 листопада 2020 року набув чинності Регламент Європейських постачальників послуг краудфандингу (ECSP) для бізнесу. Правила набули чинності після 12-місячного перехідного періоду 10 листопада 2021 року та застосовуються безпосередньо в ЄС. Ініціатива була частиною плану дій Європейської комісії щодо фінансових технологій і середньострокового перегляду плану дій об'єднаних ринків капіталу. Регламент ECSP встановлює єдині правила надання в ЄС послуги краудфандингу на основі інвестицій та кредитування, що пов'язані з фінансуванням бізнесу. Це дозволяє платформам подавати проєктні заявки на основі єдиного набору правил, що полегшує їм пропонувати свої послуги в ЄС за допомогою єдиної авторизації. Завдяки деяким новим заходам щодо доступу до інформації, захисту прав інвесторів та регулювання конфлікту інтересів сектор краудфандингу стане більш гнучким [59].

Слід звернути увагу на виділення Міжнародною організацією комісій з цінних паперів (IOSCO) п'яти режимів регулювання такої моделі краудфандингу як краудлендинг, а саме:

- відсутність законодавства через нерозвиненість ринку;
- класифікація інвесторів як посередників на фінансовому ринку;
- прирівняння онлайн-платформи до банківської установи;
- американська модель;
- заборона фінансування за моделлю краудлендингу.

Детальна характеристика кожного з режимів представлена в таблиці 3.1.

Таким чином, забезпечення правового поля для здійснення інвестицій за допомогою краудфандингового фінансування полегшує роботу платформ по збору коштів, регулює відносини між донорами та власниками проєктів, що допомагає уникати юридичних проблем в подальшій діяльності, і, що найголовніше, підвищує довіру інвесторів до такого способу інвестування коштів.

Режими регулювання краудлендингу

Режим регулювання	Особливості застосування моделей країнами
Відсутність законодавства через нерозвиненість ринку	В країнах, де не сформувався ринок краудінвестингу (peer-to-peer lending), немає необхідності в його законодавчому регулюванні. Даний режим може також застосовуватися в країнах, в яких обсяги фінансування малі. В деяких випадках, країни можуть мати регламент для захисту позичальників, який полягає в регулюванні відсоткових ставок та реклами.
Класифікація інвесторів як посередників на фінансовому ринку	В залежності від законодавства кожної країни, інвестори можуть бути кваліфіковані як посередники або брокери. В країні діє закон, який чітко прописує передумови для отримання доступу до ринку краудлендингу. Наприклад, уряд може надавати ліцензії платформам, без яких діяльність буде забороненою.
Прирівнювання онлайн-платформи до банківської установи	Онлайн-платформи класифікують як банківські установи, через виконання ними функції кредитного посередництва. У зв'язку з цим, краудлендингова платформа в країні з таким типом регулювання повинна отримати ліцензію на банківську діяльність, виконувати вимоги до розкриття інформації та інших подібних правил.
Американська модель	На федеральному рівні кожна платформа обов'язково має бути зареєстрована в Комісії з цінних паперів та на фондових біржах (SEC). Краудлендингова платформа розглядається як публічна компанія, що має повною мірою розкривати свою інформацію про фінанси, позики та практику.
Заборона фінансування даною моделлю за	Деякими законодавчими актами у різних країнах заборонено практику краудлендингу.

Джерело: складено автором на основі [30].

Наріжним камнем краудфандингового фінансування є оподаткування коштів, зібраних таким способом. Зібрані за допомогою такого інструменту фінансового ринку кошти підпадають під оподаткування податком на додану вартість, ставка якого в середньому складає 17-27 %. Такий додатковий тягар на фінансові ресурси особливо на ранніх етапах просування проекту може привести до невиконання обов'язків перед інвесторами.

В багатьох країнах це питання залишається не врегульованим, хоча певні кроки в країнах Європейського Союзу вже зроблено щодо цього. Визнаючи популярність даного виду фінансування Комітет Єврокомісії з

питань податку на додану вартість (ПДВ) розробив рекомендації зі стягнення ПДВ з «краудфандингових» коштів, які використовують як ключовий посібник у цій сфері.

Одна з перших рекомендацій стосується визначення того, чи є компанія, що залучає фінансові ресурси за допомогою краудфандингу, вже платником ПДВ, і чи не стане вона платником ПДВ після завершення краудфандингової кампанії. Таким чином, рекомендації розподіляють компанії, які скористалися краудфандингом, на такі, що виходять на ринок краудфандингу як вже функціонуючі, або ті, що фактично лише розпочинають своє функціонування після отримання «краудфандингових» коштів. Функціонуючі суб'єкти господарювання можуть бути вже платниками ПДВ (якщо обсяг їх оподатковуваних операцій за рік перевищує визначений в країні ліміт) і зареєстровані як такі, що є його платником. За такими компаніями зберігається зобов'язання сплати ПДВ при застосуванні краудфандингу.

Для іншої групи компаній для з'ясування питання щодо сплати чи несплати ПДВ необхідно визначити тип краудфандингу. Це дозволить дати відповідь на питання – чи буде отримання коштів від краудфандингового фінансування вважатися оподаткованою операцією, і в яких обсягах.

У зв'язку з залежністю оподаткування від типу краудфандингу Єврокомісія наводить класифікацію краудфандингу залежно від характеру винагороди (або її відсутності), яку отримує інвестор та визначає особливості стягнення ПДВ за кожної його моделі [44]:

1. Внесок без відшкодування (donation-based crowdfunding) – фінансування здійснюється на засадах доброчинності. Для доброчинців немає винагороди, а тому немає наслідків щодо сплати ПДВ.

2. Товари та послуги в ролі винагороди (reward-based crowdfunding) – фінансування здійснюється з наданням різноманітної винагороди: від дріб'язкових сувенірів (магніти на холодильник) до продукції компанії. Такий широкий спектр видів винагороди призводить до різноманітних в ЄС трактувань даних поставчань з позицій оподаткування ПДВ.

Так, якщо винагорода – це майбутня продукція компанії, то в такому разі внесок інвестора вважатиметься передоплатою за товар чи послугу. Це дає підстави для виникнення зобов'язання з ПДВ щодо події отримання коштів від краудфандингової платформи.

Для оцінки виникнення податкових наслідків щодо ПДВ необхідно також зіставити ринкову вартість винагороди з сумою інвестиції, та з'ясувати місце постачання товарів чи послуг. Винагорода у вигляді нематеріального подарунку, як правило, не є об'єктом для оподаткування ПДВ. Проте в поняття «нематеріальний подарунок» кожна країна вкладає свій зміст та визначає його на свій розсуд. Через місце постачання товару чи послуги визначається – на скільки ця операція може бути визначена як експортна операція, ставка якої для країн ЄС становить 0 %.

3. Винагорода за рахунок майбутнього прибутку (crowd-investing) – фінансування передбачає грошову винагороду після реалізації проекту, переважно за рахунок частки в майбутньому проекті. Зазвичай така модель краудфандингу прирівнюється до участі в капіталі компанії або до отримання цінних паперів (акції, облигації) і ПДВ не сплачується. Проте, якщо бекер здобуває право володіти інтелектуальною власністю, за використання якої компанія сплачує інвестору роялті, то в ЄС сплата роялті прирівнюється до послуг і є об'єктом стягнення ПДВ.

4. Залучення коштів на умовах повернення (crowd-lending) – таке фінансування передбачає відсоткову або безвідсоткову позику на реалізацію проекту. Така модель не трактується як інвестуванням, а відноситься до певного виду кредитування, тому такі операції не мають наслідків з ПДВ.

Таким чином, під час планування залучення краудфандингового фінансування слід звернути увагу на можливі податкові наслідки такого способу залучення коштів та прорахувати їх вже на етапі формування фінансової мети проекту.

Отже, як показує зарубіжний досвід регулювання сектору краудфандингу дозволяє значно масштабувати його розвиток. Встановлені

правила щодо доступу до інформації, захисту прав інвесторів та регулювання конфлікту інтересів та ін. дозволять Україні, яка ще не створила законодавчого підґрунтя для краудфандингу, використовувати потужний потенціал альтернативного способу фінансування малого і середнього бізнесу. Прийняття відповідного законодавства в Україні сприятиме збільшенню обсягу фінансування проєктів та допоможе вивести краудфандинг на більш комерційний рівень.

3.2. Основні проблеми ринку краудфандингу України та напрями вдосконалення його функціонування

Рівень розвиненості краудфандингу як складової системи альтернативних фінансів особливо для малого і середнього бізнесу можна оцінити за такими критеріями як: ступінь розвитку інформаційного забезпечення, рівень активності, диверсифікованість типів платформ, взаємодія платформ з банківським сектором, рівень поінформованості суспільства, рівень державного регулювання (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Критерії оцінки розвитку краудфандингу

Критерій	Зміст
Ступінь розвитку інформаційного забезпечення	Регулярність збирання, обробки, узагальнення та публікації статистичних даних про стан та розвиток індустрії створює підґрунтя для порівнянності процесів у різних країнах.
Рівень активності	Зростання активності та її зв'язок із регулярними діями держави є характерним для ринків, що розвиваються. При цьому відсутність мовних бар'єрів сприяє географічному розширенню функціонування платформ.
Диверсифікованість типів платформ	Функціонування всіх типів платформ при відсутності обмежень на діяльність.
Взаємодія платформ з банківським сектором	Посилення процесів взаємодії банків з платформами через партнерство з існуючими платформами або шляхом створення власних.
Рівень поінформованості суспільства	Підвищення загального рівня грамотності населення, у тому числі стосовно можливостей та способів залучення фінансування соціальних, наукових, інноваційних стартапів в умовах високої вартості традиційних фінансових інструментів.
Рівень державного регулювання	Існування різних регуляторних вимог до функціонування окремих типів краудфандингу.

Джерело: складено автором на основі [36].

Краудфандингу як інструменту залучення фінансування для підприємства характерні як переваги, так і недоліки, а також він несе загрози та дає можливості для розвитку (табл. 3.3).

Сильні сторони (Strength). Перевагами краудфандингового фінансування є: прозисть у процедурі отримання коштів; зменшення фінансових посередників (краудфандингова платформа виступає єдиним посередником); істотне збільшення кількості інвесторів і можливість швидкого зібрання значних обсягів коштів за рахунок широкої географії краудінвесторів та використання сучасних інформаційних технологій. Ще однією важливою перевагою краудфандингу є можливість проведення на базі краудфандингової платформи якісного маркетингу інноваційного продукту та оформлення на нього попередніх замовлень. Крім того, краудфандингова платформа дозволяє спрогнозувати обсяги випуску продукції шляхом вивчення та аналізу рівня попиту на інноваційний продукт та налагодити зв'язок між потенційними покупцями та виробниками ще до початку масштабного виробництва.

Слабкі сторони (Weaknesses). Однією зі слабких сторін краудфандинга є високий ступінь невизначеності, як для компанії, що розміщає проєкт, так і для краудінвесторів, що фінансують проєкт.

Використання краудфандинговою платформою схеми «Все або нічого» може привести до того, що зібрані на проєкт кошти повернуться інвесторам, якщо кампанія не набирає заявленої суми. Ця проблема може бути вирішена за допомогою послуг консалтингових фірм, які спеціалізуються на просуванні проєктів на краудфандингових платформах. Крім того, слабкими сторонами краудфандингу після вдалого зібрання коштів є: виконання всіх зобов'язань перед інвесторами щодо матеріальної або нематеріальної винагороди, тому що вимагає значних зусиль і навичок від компанії; розкриття компанією перед конкурентами свого інноваційного продукту задовго до запуску його у виробництво.

Краудфандинг – SWOT аналіз

Переваги	Недоліки
Формування інноваційної бізнес-моделі	Неможливість використовувати для фінансування масштабних проєктів
Фінансування проєктів малого та середнього підприємництва	Значна асиметричність інформації при здійсненні операцій
Зменшення фінансових посередників	Високий ступінь невизначеності для компанії та інвесторів
Відстежування рівня попиту, проведення маркетингової кампанії	Високі вимоги по рівню маркетингової та інформаційної підготовки підприємства
Істотне збільшення аудиторії інвесторів	Компанія розкриває перед конкурентами свій інноваційний продукт до виходу його на ринок
Організація зворотного зв'язку зі споживачем до початку виробництва	Важкість закріплення прав інтелектуальної власності
Можливість інтенсивного обміну ідеями між покупцями та виробниками продукції	Неможливість планування надходження коштів для реалізації проєкту
Можливість вибору найкращих інноваційних ідей серед запропонованих проєктів	
Забезпечення прозорості на кожному етапі збору інформації	
Загрози	Можливості
Значний ризик банкрутства для підприємств-позичальників	Швидке залучення коштів на основі неформального спілкування
Значний рівень невизначеності для інвесторів	Застосування при фінансуванні муніципальних проєктів в умовах дефіциту коштів
Можливість невиконання профінансованого інвесторами проєкту	Можливість отримати фінансування і залишити управління компанією у своїх руках
Можливість розміщення проєкту і збору коштів шахраями	Успішний краудфандинг є гарною рекламою для подальшого просування компанії
Відставання податкового законодавства	Додаткова реклама за рахунок огляду краудфандингу в ЗМІ
Низький ступінь захищеності прав інвесторів через недосконалість законодавства в цій області	Глобалізація ринкового простору
Відсутність механізмів відповідальності за надання неправдивої інформації	Економія на посередниках
Відсутність спеціального законодавства, яке регулює краудфандинг як окремий вид діяльності	
Існування високої конкуренції між проєктами, що є близькими за тематикою	

Джерело: [2, С.105].

Можливості (Opportunities). При використанні найпопулярнішої форми краудфандингу – народного кредитування, у компанії є можливість отримати фінансування і залишити компанію у власних руках, не передаючи управління в венчурні фонди або ангел-інвесторам. Компаніям, які успішно стартували за рахунок краудфандингу, набагато простіше знайти подальше фінансування для розширення виробництва тому, що успішний краудфандинг є гарною бізнес-рекламою інформаційного продукту. ЗМІ постійно проводять огляди вдалих проєктів, які отримали краудфандингове фінансування, що є додатковою рекламою. Успішно профінансовані проєкти, отримують гарантований набір покупців своєї продукції з числа краудінвесторів.

Загрози (Treatness). Основною загрозою краудфандингу є те, що профінансований проєкт може бути не виконаним. Серед причин невиконання профінансованого інвесторами задуму можна назвати наступні: невдале бізнес-планування фази виробництва виробів, зміна законодавства, зміна кон'юнктури ринку, невдала логістика. До того ж, не виключено, що краудфандинговим способом фінансування скористаються шахраї, які заявлять на краудфандинговому майданчику проєкт, що зовсім не планується реалізовувати.

Значному поширенню краудфандингу в Україні заважають як об'єктивні, так і суб'єктивні причини (рис. 3.1.).

До суб'єктивних проблем належать:

- особлива схильність бекерів: людям більше притаманна риса давати гроші на соціальні проєкти, ніж підприємцям-початківцям. До того ж, частина населення України з високими доходами не має економічної мотивації до колективних мікроінвестицій, що обумовлено рядом причин, зокрема: наявність власної інвестиційної програми, непостійна та невисока винагорода в сфері краудфандингу; відсутність схем «відмивання» тіньових доходів через краудфандингове мікрофінансування;

- креативність задуму: акумулювати великі обсяги коштів може лише креативна та цікава ідея, тому вітчизняні інвестори шукають такі проекти серед іноземних, а не українських пропозицій;
- вміння захопити спільноту: для краудфандингового способу фінансування важливо не тільки мати креативний задум, але вміти захопити спільноту, повести за собою та переконати в тому, що ідея має право на життя;
- рівень довіри в суспільстві: краудфандинг базується на довірі між авторами та інвесторами проектів, а також до краудфандингового майданчика. Проте, рівень довіри українців до фінансових установ є вкрай низьким;
- взаємодія авторів проектів з інвесторами на низькому рівні.



Рис. 3.1. Проблеми впровадження краудфандингу в Україні.

Джерело: складено автором на основі [13, 14].

До об'єктивних проблем належать:

- відсутність регламентації краудфандингового сектору: оскільки в Україні немає спеціального законодавства, яке регулює краудфандинг як окремий вид діяльності, у одержувача коштів можуть виникнути складнощі щодо

- кваліфікації такого способу формування капіталу, і разом з цим його оподаткуванням;
- недосконалість захисту інтелектуальної власності: після опублікування ідеї її автори повинні достатньо швидко оформити необхідні документи щодо захисту своєї інтелектуальної власності, інакше задум може бути миттєво скопійований;
 - вимоги до отримувача грошей: на міжнародних платформах, що користуються довірою, одержувач грошей, як правило, повинен бути місцевим резидентом, мати банківський рахунок в певній країні, тому українським проєктам може знадобитись надійний іноземний посередник;
 - низький рівень доходів населення: через низький рівень доходів у переважної частини українців домінують витрати на поточне споживання, а так як краудфандинг пов'язаний із відволіканням певної частки доходу домогосподарств від поточного споживання та через відсутність впевненості у збереженні вартості заощаджень у часі, недовіру до банківських установ тощо населення не здійснює колективного фінансування проєктів;
 - значна частка тіньових операцій у господарському обігу.

В Україні для розвитку краудфандингу потрібно, як найменше, подолати об'єктивні проблеми щодо створення сприятливого для нього середовища. Таким чином, для того, щоб краудфандинг широко використовувався як джерело фінансування малого і середнього бізнесу в Україні, необхідно реалізувати поетапно ряд заходів правового, економічного, соціально-психологічного, технологічного та адміністративного характеру, а саме:

- правові – формування відповідного нормативно-правового підґрунття, що буде регламентувати порядок і умови збору коштів через мережу Інтернет (прийняття Закону України «Про краудфандинг», внесення змін до Господарського кодексу, Податкового кодексу та Кримінального кодексу України);

- адміністративні – формування системи адміністративного регулювання (з ліцензування та контролю) краудфандингової діяльності;
- економічні – розроблення та впровадження економічних стимулів за застосування краудфандингових інструментів при залученні коштів для фінансування бізнес-проектів, політичних, креативних та соціальних проектів; створення інституту професійного посередника, який би забезпечував дотримання балансу інтересів між сторонами екосистеми краудфандингу;
- соціально-психологічні – підвищення рівня довіри населення до краудфандингу через проведення медійних та освітніх заходів для населення, надання краудфандерам всебічної підтримки органами державної влади (державні гарантії) [21].

Законодавче поле сектору краудфандингу в Україні повинно стосуватися багатьох напрямків цієї діяльності, зокрема:

- в цілому врегулювати модель залучення коштів через «колективні» інвестиції, законодавчо розрізнити краудфандинг на основі благодійницької допомоги, винагородо-орієнтований краудфандинг та краудінвестинг з подальшим розподілом інвестиційного краудфандинга на комерційний і такий, що здійснюється задля отримання соціального ефекту;
- визначити механізм розкриття інформації зацікавленими суб'єктами відносно краудфандингу;
- визначити правила контролю за використанням зібраних коштів та реалізацією проектів;
- врегулювати податкові питання для краудфандингових інвестицій.

Важливою умовою, проведення вищенаведених змін є орієнтація на зарубіжний досвід. Цінним прикладом може стати досвід Європейських країн, та США.

Проаналізувавши особливості функціонування ринку краудфандингу в Україні можна чітко простежити його соціально орієнтований напрямок.

Люди схильні інвестувати в проєкти соціального, а не бізнес-спрямування. Зважаючи на це, однією з пропозицій розвитку даного ринку є створення державної краудфандингової платформи. Це допоможе не тільки підвищити довіру в суспільстві до даного виду фінансування, а й спрямувати залучені кошти на соціально-економічний розвиток країни, підвищити ефективність приватно-державного партнерства та перейти на новий етап діалогу влади, суспільства і бізнесу.

Перешкоди та перспективи створення державної платформи краудфандингу в Україні представлені у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

**Перешкоди та перспективи створення державної платформи
краудфандингу в Україні**

Перспективи	Перешкоди
Додаткове джерело фінансування проєктів регіонального соціально-економічного розвитку	Супротив та недовіра населення
Розвиток регіонів	Незацікавленість потенційних інвесторів
Залучення населення до громадської діяльності та його активна позиція	Незахищеність реципієнтів державою та законодавством
Можливість акумулювати державні кошти на розвиток галузей економіки та підтримку економічної стабільності	Відсутність підтримки місцевими органами влади
	Шахрайства та порушення умов фінансування

Джерело: складено автором на основі [13, 14].

Запропонований механізм залучення коштів за допомогою державної краудфандингової платформи зображено на рисунку 3.2. Населення згідно наведеної схеми може робити внески в проєкти соціально-економічного розвитку, які будуть реалізовувати відповідні місцеві або уповноважені органи чи проєктні групи. Відповідно до цього, існує й зворотній зв'язок, оскільки в кінцевому результаті саме реципієнти отримують певне благо для їхнього регіону. Свід зазначити, що потенційні інвестори більш охоче даватимуть кошти на розвиток власного регіону, аніж на загальнодержавні проєкти. Проєкти можуть виноситися на розгляд населення за допомогою мережі

Інтернет та прозоро обиратися серед них найкращі для фінансування (модернізація навчальних закладів, оновлення бази медичних закладів і т.д.).

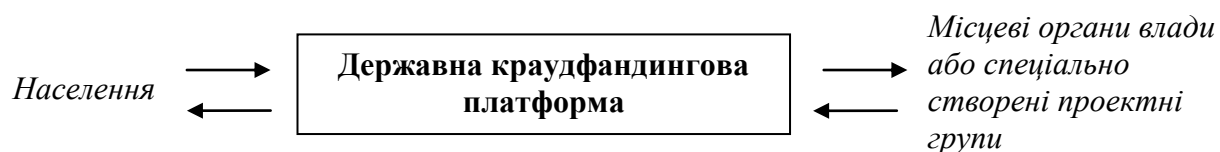


Рис. 3.2. Механізм залучення коштів за допомогою державної краудфандингової платформи.

Джерело: складено автором на основі [13, 14].

Варто також зазначити, що державні органи влади в Україні не залишають краудфандинг поза увагою. Так, Державна служба зайнятості спільно із Програмою розвитку ООН проєкспериментувала програму «Краудфандингова платформа для підтримки малого і середнього підприємництва регіонів». Концепція краудфандингової платформи для підтримки малого і середнього бізнесу полягає у можливості підприємців-початківців залучати кошти для реалізації їхніх проєктів через онлайн ресурси від державних та недержавних установ. За результатами розгляду бізнес-проєкту спільною комісією з числа представників служби зайнятості, Програми розвитку ООН та місцевих органів влади, безробітний зможе отримати фінансування від Державної служби зайнятості у вигляді одноразової допомоги на відкриття власної справи, гранту від Програми розвитку ООН, допомоги із місцевих бюджетів, а також грошової допомоги від усіх бажаючих.

Таким чином, можна зробити висновки, що краудфандинг є ефективним та перспективним інструментом фінансування як в світі, так і в Україні. Реалізація зазначених вище заходів допоможе вдосконалити та поширити краудфандинг в Україні з метою реалізації соціально значущих програм, науково-дослідницьких проєктів та збільшення кількості інноваційних проєктів в країні.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній магістерській роботі проаналізовано світовий досвід використання такого фінансового інструменту, як краудфандинг, та надано практичні рекомендації для його застосування в Україні. Результати дослідження дозволили зробити наступні висновки:

1. Розглянуто теоретичні засади застосування краудфандингу і визначено, що краудфандинг є технологією краудсорсингу, що спрямована на здійснення колективного фінансування. Краудфандинг мобілізує фінансові ресурси «натовпу», забезпечує використання фінансового потенціалу населення у виробничих, інноваційних, культурних та ін. проєктах, виступає механізмом соціальних інвестицій.

2. Розкрито суть механізму організації краудфандингового фінансування, який полягає у залученні коштів від мікроінвесторів через краудфандингові майданчики. Дані платформи мають вигляд спеціалізованого сайту для розміщення ідей авторами проєктів, основна задача яких полягає у пошуку донорів, забезпечення фінансових і юридичних аспектів, а також організації взаємодії всіх учасників платформи. За розміщення проєкту кожна краудфандингова платформа стягує комісію, яка варіюється від 5 до 10%.

3. Виділено основні ризики використання краудфандингу як методу залучення фінансових ресурсів, до яких належать ризик шахрайства, ризики пов'язані з реалізацією ідеї, використанням залучених коштів, захистом інтелектуальної власності, висвітленням інформації про витрачання зібраних коштів, кваліфікацією автора ідеї та ризики пов'язані з правовим регулюванням краудфандингового фінансування.

4. Досліджено сучасний стан, тенденції та закономірності розвитку ринку краудфандингу. Зокрема, загальний обсяг краудфандингового фінансування проєктів у 2022 році склав 15,3 млрд дол США. При цьому, прогнозується майже подвоєння цього обсягу до 2028-2029 рр. Не можна також не відмітити активного розвитку краудфандингу протягом 2009-2017 рр.

і значне зменшення у 2018 році з подальшим нарощенням. Крім того, США, Великобританія та Китай наразі є країнами з найбільшими обсягами краудфандингового фінансування.

5. Проаналізовано найбільші краудфандингові платформи України та світу. Найпопулярнішим краудфандинговим майданчиком в Україні є Спільнокошт. До найбільш відомих світових платформ належать нью-йоркський Kickstarter та IndieGoGo. Варто зазначити, що на відміну від міжнародних платформ, українські краудфандингові майданчики переважно направлені не на комерційні цілі, а на гуманітарні, екологічні, соціальні, культурні проекти, вартість яких порівняно не велика. В Україні люди більш схильні надавати гроші на благородні справи, а не підприємцям, які починають свій бізнес. Тому бізнес-ідеї, які мають на меті отримання прибутку, автори найчастіше виставляють на іноземних сайтах.

6. Проаналізовано досвід залучення інвестицій за допомогою краудфандингової платформи на прикладі стартапу Duovox Ultra, який двічі залучав кошти на американській платформі Kickstarter в загальній сумі близько 500 тис. дол. США. Запропоновано спосіб оцінки вартості залученого капіталу та визначено, що ціна капіталу залученого стартапом у 2021 та 2022 роках складає 24,9% та 27,3% відповідно. До основних факторів, що впливають на вартість залученого капіталу на краудфандингових платформах відносять комісію краудфандингової платформи, відсоток збору платіжної системи, податки та вартість додаткових благ для інвесторів.

7. Узагальнено практику світового досвіду законодавчого регулювання краудфандингу, зокрема таких країн як США, Канади, Ізраїлю, Австралії та Європейських країн. Варто зазначити, що в Україні законодавче регулювання краудфандингу відсутнє, проте забезпечення правового поля для здійснення інвестицій за допомогою краудфандингового фінансування полегшило б роботу платформ по збору коштів, відрегулювало б відносини між донорами та власниками проектів, що допомогло б уникнути юридичних проблем в подальшій діяльності, і, що найголовніше, підвищило довіру інвесторів до

такого способу інвестування проєкткоштів. Отже, прийняття відповідного законодавства в Україні сприятиме збільшенню обсягу фінансування проєктів та допоможе вивести краудфандинг на більш комерційний рівень.

8. Обґрунтовано необхідність і напрями вдосконалення механізму залучення коштів за допомогою краудфандингу. Зокрема, нагального вирішення потребують проблеми забезпечення правового поля здійснення соціальних інвестицій, створення механізму убезпечення як соціальних інвесторів, так і інноваторів від злочинного використання колективного гаманця, необхідність підтримки органами влади механізму фінансування проєктів за допомогою краудфандингу та підвищення рівня поінформованості населення про краудфандингову діяльність, збільшення досліджень даного явища в науковому та освітньому середовищі з метою створення суспільно позитивного іміджу колективного мікрофінансування. Надано рекомендації щодо створення державної краудфандингової платформи для проєктів соціально-економічного розвитку регіонів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Все для розвитку малих та середніх підприємств. URL: <http://www.smedevelopment.info/searchfinance/3/>
2. Добровольська О.В. Фінансове забезпечення природного агровиробництва: теорія, методологія, практика: монографія. Дніпро: Монолит. 2018. 292 с.
3. Засновник Depositphotos запустив проєкт допомоги малому бізнесу, постраждалому від війни. Видають до 500 тисяч грн. URL: <https://dou.ua/lenta/news/keepgoing-small-business-assistance-project/>
4. Іващенко А. І., Поліщук Є. А., Дибя О. М. Перспективи розвитку краудфандингу в Україні як інструменту залучення коштів для підприємств малого та середнього бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 21. С. 34-39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2016_21_8
5. Краудфандинг: сутність, стан та особливості діяльності в Україні. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/craundfunding-v-ukraini-t/>
6. Кугій А.А., Сокотенюк С.М. Структурний аналіз фінансового забезпечення малого підприємництва. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2015. № 12. С. 238–245. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_36.
7. Куделя В. Перевірені ресурси для збору допомоги Україні за кордоном: краудфандингові платформи, організації та фонди. URL: <https://cs.detector.media/law-and-money/texts/184814/2022-05-07-perevireni-resursy-dlya-zboru-dopomogy-ukraini-za-kordonom-kraudfandyngovi-platfomy-organizatsii-ta-fondy/>
8. Кушнір С.О. Краудфандинг як одна з реальних можливостей фінансування стартапів та перспективи його розвитку в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. Вип. 13(3). С. 132-135. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_13%283%29__35
9. Майстренко О.В. Краудсорсинг: сутність, види, принципи та інструменти застосування. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 507 – 511. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/9_ukr/87.pdf
10. Марченко О. С. Теоретичні аспекти інтелектуального краудсорсингу як технології інтеграції знань. *Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого"*. 2013. № 2. С. 23-32 . URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnyua_etp_2013_2_4
11. Марченко О.С. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2013. № 4 (15). С.26-34. URL:http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/02/ekonom_15.pdf#page=26

12. Меджибовська Н.С. Краудфандинг для малого бізнесу: міф чи реальність? *Економіка України*. 2016. № 10. С. 20-34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2016_10_3
13. Михальчук Л.В., Сипало О.М. Вітчизняний краудфандинг: проблеми та перспективи. *Економічні науки*. – 2015. – С. 234-238
14. Огородник В. О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної системи. *Науковий вісник Ужгородського університету. Сер.: Економіка*. 2014. Вип. 3. С. 103-105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuues_2014_3_25
15. Петрушенко Ю.М., Дудкін О.В. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 1. С. 172-182. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2014_1_19
16. ПРО.СВІТ. Центр інноваційної освіти. URL: <http://prosvitcenter.org/gofunded>
17. Сирветник-Царій В.В. Сучасні реалії фінансового забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні. *Економіка і суспільство*. 2016. № 2. С. 181–187. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/33.pdf
18. Слісеева Л.В. Краудфандинг в Україні: Проблеми та перспективи в контексті зарубіжного досвіду. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. URL: [<http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-1-2017/4.pdf>]
19. Спільнокошт – краудфандинг в Україні. URL: <https://biggggidea.com/>
20. Тепле місто: сайт. URL: <https://warm.if.ua/>
21. Федорчак О.Є. Економічне оцінювання та регулювання механізмів залучення інвестицій на підприємство: Автореферат. дисертація кандидата економічних наук Федорчука О. Є. / Національний університет «Львівська політехніка». – Львів, 2017. – 30 с.
22. Фінанси: підручник / за ред. І.О. Лютого. Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. 720 с.
23. Цінні папери: підручник / за ред. В.Д. Базилевича. Київ: Знання, 2011. 1094с
24. Швець Л. М. Український краудфандинг: принципи успішної реалізації. *Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ*. 2013. № 4. С. 243-251. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhnuvs_2013_4_32
25. Шевченко О.М., Кречотень І.М., Жовнір Н.М. Світові тенденції розвитку краудфандингу та особливості його функціонування в Україні. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. № 3(71). С. 14-21. URL: http://www.psaе-jrnl.nau.in.ua/journal/3_71_1_2019_ukr/2.pdf
26. Як українські краудфандингові платформи допомагають військовим, волонтерам і не лише їм. URL: <https://cedem.org.ua/news/kraudfandyngovi-platformy/>

27. Bechter C., Jentzsch S., Frey M. From wisdom of the crowd to crowdfunding. *Journal of Communication and Computer*. 2011. № 8. P. 951-957.
28. Belleflamme P. Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*. 2014. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2292363_code301672.pdf
29. Chest. Collective enhanced Environment for Social Tasks. URL: http://www.chest-project.eu/wp-content/uploads/2015/10/RP2NEW_D5.2_Best_practice_guide_for_crowdfunding.pdf].
30. CrowdExpert. URL: <http://crowdexpert.com/category/articles/>
31. Crowdfunding in Emerging Markets: Lessons from East African Startups. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/cbcd6b00-f035-5c83-b58c-58027ebe0033/content>
32. Crowdfunding in the EU Capital Markets Union: Commission Staff Working Document. 2016. URL: https://finance.ec.europa.eu/system/files/2016-10/crowdfunding-report-03052016_en.pdf
33. Crowdfunding Industry Report: Market Trends, Composition And Crowdfunding Platforms. URL: <http://ncfacanada.org/wp-content/uploads/2012/10/Massolution-Full-Industry-Report.pdf>
34. Crowdfunding market size globally 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1078273/global-crowdfunding-market-size/#statisticContainer>
35. Crowdfunding Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2022-2027. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5562496/crowdfunding-market-global-industry-trends>
36. Crowdfunding's Potential for the Developing World. DC: World Bank. 2013. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/409841468327411701/pdf/840000WP0Box380crowdfunding0study00.pdf>
37. Cumulative amount of funding pledged to Kickstarter projects from July 2012 to February 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/310218/total-kickstarter-funding/>
38. Current State of Crowdfunding in Europe. URL: <https://www.crowdfundinghub.eu/wp-content/uploads/2021/09/CrowdfundingHub-Current-State-of-Crowdfunding-in-Europe-2021.pdf>
39. Distribution of unsuccessfully funded projects on crowdfunding platform Kickstarter as of March 2023, by share of funding reached. The statistics portal – Statista. <https://www.statista.com/statistics/251732/overview-of-unsuccessfully-funded-projects-on-crowdfunding-platform-kickstarter/>

40. Duovox Ultra: Military-Grade Night Vision Monocular. URL: <https://www.kickstarter.com/projects/duovox/duovox-ultra-rise-to-nighttime-challenge?ref=section-design-tech-explore-module-product-design>
41. Global Crowdfunding Market Research Report 2023. URL: <https://reports.valuates.com/market-reports/QYRE-Auto-30H8871/global-crowdfunding>
42. Global Crowdfunding Market Size Status and Forecast 2021 to 2027. URL: <https://reports.valuates.com/market-reports/QYRE-Auto-1598/global-crowdfunding>
43. GoFundEd : сайт. URL: <http://prosvitcenter.org/gofunded>
44. HMRC internal manual. VAT Finance Manual. 8 April 2016. URL: <https://www.gov.uk/hmrc-internal-manuals/vat-finance-manual/vatfin5550>
45. Husain S., Root A. Crowdfunding for Entrepreneurship: Special report. URL: <https://cdn.filestackcontent.com/8wuni7GTyqnDXBlzxIpa>
46. Indiegogo claims 2018 was its best year yet with 1,300 success stories. URL: <https://www.digitaltrends.com/cool-tech/indiegogo-2018-statistics/>
47. Indiegogo will review crowdfunding campaigns before they launch. URL: <https://www.engadget.com/indiegogo-closed-platform-crowdfunding-campaign-screen-165238148.html>
48. IndieGoGo. URL: <https://www.indiegogo.com/>
49. Indiegogo: Building Global Brands, Funding Female Founders, and MoreCEO David Mandelbrot talks founders, China, and what 2019 holds for tech product development. URL: <https://www.inc.com/tracy-leigh-hazzard/indiegogo-building-global-brands-funding-female-founders-more.html>
50. Kickstarter проти Indiegogo: яка краудфандингова платформа краще підходить для вашого проекту. URL: <https://delo.ua/special/kickstarter-protiv-indiegogo-kakaja-kraudfandingovaja-platforma-333036/>
51. Liubkina O., Murovana T., Magomedova A., Siskos E., Akimova L. Financial instruments of stimulating innovative activities of enterprises and its improvements. *Marketing and Management of Innovations*. 2019. № 4. P. 336-352. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.4-26>
52. Main types of crowdfunding. European Commission: URL: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/what-is/explained_en
53. Mollick E. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*. 2014. Vol. 29, Issue 1. P. 1 – 16.
54. Most successfully completed Kickstarter projects as of January 2023, by amount of total funds raised. The statistics portal – Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/222489/most-successful-completed-kickstarter-projects-by-total-funds-raised/>

55. Panayiotis Kakourides. What is Real Estate Crowdfunding? URL:<https://crowdbase.eu/en/blog/real-estate-crowdfunding>
56. PENSICO Insights: 2015 PENSICO Crowdfunding Report. *PENSICO Trust company*. URL: https://cdn2.hubspot.net/hub/343005/file-2612198431-pdf/2015-Whitepaper_files-Retail/PENSICO_2015CrowdfundingReport_0315.pdf
57. Peter H. Diamandis, Steven Kotler BOLD How to Go Big, Create Wealth and Impact the World. K.FUND, Ukrainian edition, 2016.
58. Ramsey Y.A. What the heck is crowdfunding? *Business people*. 2012. P. 54-57.
59. Regulation (EU) 2020/1503 of the European Parliament and of the Council of 7 October 2020 on European crowdfunding service providers for business, and amending Regulation (EU) 2017/1129 and Directive (EU) 2019/1937. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32020R1503>
60. Spotlight on Jumpstart Our Business Startups (JOBS) Act. URL: <https://www.sec.gov/spotlight/jobs-act>
61. The 2nd Global Alternative Finance Market Benchmarking Report. URL: <https://www.jbs.cam.ac.uk/wp-content/uploads/2021/06/ccaf-2021-06-report-2nd-global-alternative-finance-benchmarking-study-report.pdf>
62. The statistics portal – Statista. URL: <https://www.statista.com/search/?q=crowdfunding>
63. Urban Space 100: Особливий, 8-ий день народження Urban Space 100! URL: <https://www.urbanspace.if.ua/uk/>
64. Ziegler T., Zhang B.Z., Shenor R. The Global Status of the Crowdfunding Industry. URL: https://www.researchgate.net/publication/343591907_The_Global_Status_of_the_Crowdfunding_Industry

ДОДАТКИ

Трактування сутності краудфіндингу різними вченими і фахівцями

ПІБ автора/авторів	Визначення
Беллефламме П.	«зусилля підприємців та їхніх груп щодо фінансування своїх проєктів (культурних, соціальних та некомерційних), спираючись на порівняно невеликі внески від порівняно великої кількості осіб, що використовують Інтернет, без стандартних фінансових посередників»
Бечтер С. Фрей М.	«підхід до збільшення обсягу капіталу, необхідного для проєкту або підприємства, апелюючи до великої кількості звичайних людей на основі маленьких внесків»
Козловський С.	«народний збір ресурсів для реалізації конкретного проєкту»
Лисов Ю.	«процес, коли через спеціальний сайт автор розкриває свою бізнес ідею, вказує що він хоче зробити, і оголошує суму, яку йому потрібно зібрати, аби дана ідея була реалізована»
Марченко О.С.	«технологія соціального фінансування інновацій через інтернет-мережі, технологія соціальних інвестицій»
Молік Е.	«зусилля підприємців та груп – культурних, соціальних та некомерційних – для фінансування своїх підприємств шляхом використання порівняно невеликих внесків з відносно великої кількості осіб, що користуються Інтернетом, без стандартних фінансових посередників»
Мурачковський Ф.	«співфінансування, причетність до створення будь-якого проєкту; спонсор зацікавлений в проєкті, вкладає туди свої власні кошти і отримує від цього зиск»
Ошарова А.	«окремий випадок фандрайзингу; його ключовою відмінністю є те, що спонсор отримує щось замість своїх інвестицій – продукт, послугу чи нагороду; фінансування є лише частинкою великого процесу краудфіндингу, основною метою якого є виведення продукту на ринок»
Рамсі Я. А.	«процес збору грошей, щоб допомогти перетворити перспективні ідеї в реальний бізнес»
Фоменко А.О.	«колективна співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, як правило через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей чи організацій»
Хмелева Г.А.	«інструмент активізації інноваційної діяльності, який забезпечує розвиток сприятливих умов для малого бізнесу і запуску підприємств з моменту створення, надає можливість участі в інвестуванні необмеженому колу інвесторів з різними мотивами і фінансовими можливостями»
Швієнбахер А. Ларралде Б.	«відкритий конкурс, переважно через Інтернет, для збору фінансових ресурсів або у вигляді дарування, або в обмін на снові різних форм винагороди, або підтримки правом голосу ініціатив, спрямованих на досягнення конкретних цілей»

Джерело: складено автором на основі [11, 17, 21, 27, 28, 53, 56, 58].

Українські краудфандингові платформи

Назва краудфандингової платформи	Інформація про платформу
1	2
Спільнокошт	Одна з найбільших та найпопулярніших українських краудфандингових платформ, яка існує з 2012 року. Спільнокошт не дублює роботу сотень українських волонтерів, які збирають гроші на закупівлю спорядження для військових. Проте тут можна підтримати інші корисні ініціативи: наприклад, зафондувати Школу естетичного виховання дітей вимушених переселенців, яка надає дітям психологічно-терапевтичну допомогу. Крім того, на Спільнокошті збирають гроші на виробництво якісних бронежилетів, проведення тренінгів з тактичної медицини, а також на організацію прихистків для переселенців. Серед цікавих культурних проєктів можна підтримати запис та поширення альбому пластових пісень “Пісеньки Лисички-Сестрички” для дітей 4-10 років – на це вже зібрали 40 тисяч гривень.
Українська біржа благодійності	Платформа, заснована у 2012 році, початково була спрямована на підтримку благодійних проєктів. За цей час вона зібрала майже 500 мільйонів гривень на благодійність. Зараз ініціативи на ресурсі переважно мають на меті вирішення гуманітарних проблем, спричинених війною. Так, на платформі вдалось успішно зібрати понад 500 тисяч гривень на медичну допомогу для поранених дітей в Запоріжжі та майже 800 тисяч гривень на підтримку дитячих лікарень. Для тих, кому складно самостійно обрати серед різних проєктів, на сайті існує окрема Скарбничка. Через Скарбничку допомогу отримують окремі сім’ї з дітьми, люди похилого віку, військові частини ЗСУ та представники ТрО. На середину травня 2022 на Скарбниці УББ вже є 13 млн грн.
Startera	Платформа спрямована на краудфандинг для творчих, соціальних та стартап проєктів, проте зараз на ресурсі також розміщено гуманітарний фандрейзинговий проєкт: збір коштів для евакуації людей з районів, де відбуваються бойові дії, та розміщення таких людей на території Львівщини. Цей проєкт Startera реалізують спільно з департаментом освіти й науки Львівської обласної державної адміністрації. З необхідних 100 тис грн загального бюджету вже зібрано понад дві третини.
Таблеточки	Один із найавторитетніших українських благодійних фондів, який з 2013 року допомагає дітям з онкологічними, гематологічними та іншими смертельно небезпечними хворобами. Організація продовжує свою діяльність і в умовах повномасштабної війни. Зараз фонд не лише збирає допомогу дітям, а й допомагає з евакуацією хворих за кордон. Зробити пожертву на краудфандинговій платформі “Таблеточки” “Хочу допомогти” можна одноразово, а можна стати регулярним жертводавцем і допомагати дітям щомісячно. Фонд можна підтримати різними шляхами: криптовалютою, через платформу для переказу коштів з-за кордону та навіть за допомогою чат-боту у Viber.
Ukraine Now	Є одночасно і волонтерською, і краудфандинговою платформою. З одного боку, можна запропонувати свою фізичну допомогу. З іншого – фінансово підтримати волонтерство. Організація почала працювати на підтримку України з початку повномасштабного вторгнення і за півтора місяця їй уже вдалося зібрати близько 170 тис. дол. США. Ці кошти йдуть на різноманітні потреби: доставлення гуманітарних вантажів, евакуацію громадян, закупівлю машин медичної допомоги.

Продовження Додатку Б

1	2
Nova Ukraine	Є одночасно і краудфандинговим майданчиком, і волонтерською платформою. Заснована в грудні 2013 року, і відтоді їй вдалося залучити понад 15 млн. дол. США на підтримку розвитку демократичного суспільства в Україні. Особливістю ресурсу є те, що він орієнтований на співпрацю конкретно з американськими жертводавцями й волонтерами. У платформі добре враховано північноамериканський контекст. Зокрема, пожертву можна зробити навіть за допомогою акцій.
Save Ukrainian Culture	Платформа, яку запустило Міністерство культури та інформаційної політики України разом із блокчейн-компанією Everstake 25 квітня 2022 року. Мета платформи – збір коштів для захисту української культурної спадщини: допомоги культурним об'єктам, які перебувають під загрозою, та відновлення знищених об'єктів. Підтримати українську культуру на платформі можна за допомогою банківських переказів або криптовалютою.
Razom	Заснована у 2014 році у США вихідцями з України, ця громадська організація впродовж усього свого існування займається підтримкою різноманітних проєктів в Україні. Нині Razom підтримує військових та надає гуманітарну допомогу українцям. Водночас сайт організації можна вважати й окремою краудфандинговою платформою. Пожертву тут можна зробити і в криптовалюті, і за допомогою чеку, і навіть придбавши українські мистецькі твори. Відвідувачі можуть обрати, на що саме хочуть спрямувати кошти: на гуманітарну допомогу, допомогу тваринам чи підтримку переселенців. Окрім того, Razom пропонує відвідувачам почати власну кампанію на користь організації на платформі Gofundme.
Пласт	Одна з найповажніших скаутингових організацій України, яка вже понад сторіччя підтримує починання, які мають за мету розбудову та захист України. Нині “Пласт” проводить активний краудфандинг на підтримку військових – для захисників та захисниць уже придбали медикаментів та спорядження на 15 мільйонів гривень. Збирають на тепловізори, автомобілі, аптечки. Підтримувати організацію можна одноразово або щомісячно за допомогою банківських реквізитів, PayPal та криптовалюти.
Благодійний фонд “Твоя опора”	Фонд було засновано 2014 року для організації допомоги важко хворим дітям та дітям-сиротам. За роки свого існування став однією з провідних організацій, що допомагають дітям із вродженими вадами серця, і лише за 2020-й рік зібрав майже 80 мільйонів гривень. Після повномасштабного вторгнення організація продовжила всю свою попередню діяльність із підтримки хворих дітей. Разом з тим – розпочали проєкт “Help Ukraine! Stop War!” для допомоги сиротам, дітям, лікарням та вимушеним переселенцям. На сайті розміщено польськомовний проєкт “Urataj dzieci z Ukrainy!” для фандрейзингу з Польщі.
People`s Project.com (або “Народний проєкт”)	Неурядова організація, що виникла у 2014 році. Об'єднує волонтерів та жертводавців, які прагнуть допомогти корисним військовим, медичним і соціальним проєктам. За 8 років організації вдалось зібрати на це 100 мільйонів гривень. Ресурс побудовано у вигляді краудфандингової платформи: волонтери збирають гроші водночас на різні потреби, а відвідувачі можуть обрати, який проєкт підтримати. Організація переважно збирає кошти для військових: на закупівлю тепловізорів, бензину, аптек та автомобілів, але охочі можуть також профінансувати розмінування небезпечних територій чи надання підтримки літнім людям у прифронтових районах. Найуспішніші проєкти збирають мільйони гривень: ініціатива з допомоги військовим зі спорядженням вже збрала майже 12,3 млн гривень.

Продовження Додатку Б

1	2
Купи мені бойовий літак	Новий ресурс, який підтримують Укроборонпром, бренд “Авіація Галичини” та Ukraine Media Center. Суть ініціативи – зібрати кошти на придбання “вживаних” літаків радянського виробництва, що не використовують за призначенням. Долучитись до купівлі літака для ЗСУ на ресурсі можна будь-яким зручним способом через Інтернет.
КУБ	Платформа, де найчастіше зустрічаються бізнес-проекти. Це масштабування виробництва, наймання додаткових працівників, відкриття нових торгових точок. Прибуток інвесторів з проектами КУБу чітко диференційована: вклавши 1000 грн інвестор отримає 230 грн на рік. А за 20 тис грн можна розраховувати на додаткові 4600 грн за 12 місяців. Крім того, всі вклади на цьому майданчику застраховані.
Na-Starte	Платформа для фінансування стартапів, комерційних і суспільно-соціальних проектів, бізнес-ідей. Команда платформи допомагає розібратися в бізнес-процесах, рекламних складових, принципах візуального оформлення тощо та доопрацювати все разом з автором. На цій платформі було запущено багато різнопланових проектів, лідером став проект фільму Георгія Делієва «Одеський подкидьок» – на його реалізацію було зібрано 3,7 млн грн. За весь період функціонування платформою зібрано коштів на суму 12,2 млн грн. Платформа отримує 8% від зібраної суми виключно у випадку вдалого завершення проекту. Усі гроші з проекту, який вважається невдалим, обов’язково повертаються на рахунки вкладників.
Mo.Cash	ІТ-платформа прямого інвестування приватними особами підприємців, суб’єктів малого бізнесу. Її цілями є створення ефективної бізнес-моделі прямого інвестування в малий бізнес; забезпечити доступність послуг платформи у всіх куточках України.
Komubook	Перша українська платформа краудпаблішінгу. Працює проект наступним чином: 1) пропонується до видання певна книга, оцінюється вартість її видання; 2) оголошується збір коштів, який може тривати від 30 до 60 днів; 3) коли потрібна сума назбиралася, книга видається і розсилається всім учасникам, які зробили внески. Проект націлений в першу чергу на видання художніх творів відомих зарубіжних авторів, які давно мали б стояти на полицях українських книгарень, але з тих чи інших причин ніхто з традиційних українських видавців за це не береться.
GoFundEd	Перша і єдина краудфандингова платформа в Україні, що спеціалізується на освітніх ініціативах. Її історія розпочалась у 2016 р. і за цей період на платформі було опубліковано 174 проекти, зібрано майже 4,9 млн грн від 6642 доброчинців. На цій платформі приймаються проекти різного рівня та масштабу: від учнівських ідей на декілька тисяч гривень до проектів зі зміцнення цілої громади.
Моє місто	Локальна краудфандингова платформа, яка діє в Одесі, Харкові та Дніпрі з 2015 року. Цей ресурс концептуально є інструментом спільнототворення: за допомогою платформи громади можуть фінансувати соціально корисні локальні проекти. Зараз на сайті долучаються до забезпечення потреб військових та волонтерів: збирають кошти на тепловізори, коліматори та автомобілі. Ці ініціативи є успішними – на коліматори для морської піхоти вже зібрали 320 тис грн.

Продовження Додатку Б

1	2
KeepGoing	Платформа створена в квітні 2022 року для допомоги власникам малого бізнесу, а також людям творчих професій, які залишилися в Україні та працюють надалі. Фонд уже зібрав початкові 30 млн грн і готовий надавати підприємцям одноразову фінансову підтримку від 50 тисяч до пів мільйона грн, залежно від розміру бізнесу й потреб. З одного боку, це приватний фонд, створений IT-підприємцями, який надаватиме грошову допомогу, з іншого — це медіа, де представники малого бізнесу матимуть змогу поділитися досвідом, розповісти свою історію, отримати пораду та залучити потрібну підтримку.
The U.S. — Ukraine Foundation	Фонд працює на території України з 1991 року і за цей час отримав майже 50 мільйонів доларів фінансування. Організація пропонує допомогти різними шляхами: надіслати медикаменти, створити фандрейзингову подію чи пожертвувати гроші. Фонд спрямований на підтримку інституційної спроможності України та головної ролі громадянського суспільства в розвитку України. Відповідно, окрім пожертви на гуманітарні цілі за допомогою фонду можна задонатити і на користь розвитку організацій громадянського суспільства.
Canada-Ukraine Foundation	Фонд, заснований представниками української діаспори в Канаді в 1995 році, збирає кошти для допомоги Україні різними методами, зокрема, організовує благодійні вечори та концерти. З-поміж іншого, фонду можна пожертвувати й напряду через сайт. Організація вже допомогла з евакуацією 2500 українців із вадами слуху та надала гуманітарну допомогу 20 тисячам біженців.
British-Ukrainian Aid	Фонд, який до початку повномасштабного вторгнення в Україну займався допомогою дітям-сиротам, людям похилого віку, людям з інвалідністю та переселенцям. Із лютого 2022 року зробив своїм фокусом медичну допомогу Україні. Підтримати організацію можна онлайн.

Джерело: складено автором на основі [1,3,5,7,16,26].