

ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СИСТЕМ КРАУДФАНДИНГУ В УКРАЇНІ

Д.С. Павленко студент групи УПм-91

Сумський Державний університет

У статті проведено аналіз терміну «краудфандинг» та його актуальність, а також, виділені його характерні властивості на українському ринку.

Термін «краудфандинг» утворився із двох англійських слів «crowd» – натовп, та «funding» – фінансування, тобто в перекладі означає «фінансування натовпом» або «суспільне фінансування». Вважається, що автором даного терміну є Джефф Хауї [3].

Краудфандинг – це інноваційний інструмент, що дозволяє залучати через інтернет у великої кількості людей (приватних інвесторів) кошти для реалізації ідей та проектів цифрової економіки [4].

Дослідження демонструють, що краудфандинг активно розвивається впродовж останніх років в усьому світі. На сучасному етапі у світовій практиці малі та середні підприємства залучають значну частку фінансових ресурсів на ринку краудфандингу. Світові обсяги фінансування із використанням краудфандингу підвищилися із 2,7 млрд дол у 2012 році до 51,9 млрд дол у 2016 році, інакше кажучи краудфандинг показав майже 19-кратний зріст за чотири роки. Щорічно приріст по даному виду фінансування становив понад 200% [2, с. 173]. Відповідно до останнього звіту по дослідженню ринку, опублікованому Technavio, очікується, що темп зростання на світовому ринку краудфандингу CAGR складе майже 17% до 2021 року. Очікується, що до 2025 року краудфандингова індустрія в цілому буде оцінена у більш ніж 300 млрд дол. США [5, с. 134]

Відносно українського ринку краудфандингу, то він перебуває на первинному етапі становлення, отже ознакам його розвитку притаманні певні відмінності. Для України краудфінансування явище нове, недостатньо розвинуте, що обумовлено, як незначною кількістю активних майданчиків та інвесторів, так й відсутністю усталених підходів до його регулювання зі сторони державних органів. Його ресурсів достатньо лише для задоволення дрібних потреб населення та малого бізнесу. Зібрати кошти на реалізацію стартапу із продуктом, амбіційного високотехнологічного проекту, котрий буде орієнтовано на західний чи азійський ринок на українських платформах майже не реально. Подібні проекти змушені користуватися послугами американських та європейських краудфандингових компаній. Приміром, у 2018 році українськими стартапами, «розкрученими» та профінансованими за допомогою краудфандингової платформи Kickstarter, стали Pix (рюкзак, передню сторону котрого можливо змінити за власним смаком – вивести картинки або анімації у стилі піксельної графіки, 150 тис. дол), Feel VR (ігрові педаль та кермо із застосуванням технології Direct Drive, 500 тис дол), Verum 1 (навушники харківського інженера Романа Ландика, 185 тис. дол), Ugears (дерев'яні 3D-пазли, 460 тис. дол), SignumGame (настільна гра Legends of Signum: Battle for Vallor, 109 тис. дол), Stealtho (коліщата для офісних стільців Caster Wheels, 138 тис дол) [6, с. 27].

У 2011 році першою в Україні була створена Українська Біржа Благодійності – це незалежна загальнонаціональна соціальна інфраструктура онлайн-благодійності. За 7 років цей проект зумів залучити 159 млн. грн. лише на благодійність. «Спільнокошт» було засновано у 2012 році, котрий орієнтований, передусім, на культурні та інноваційні проекти, не направлені на одержання фінансової вигоди. Станом на 01.03.2019 цією платформою зібрано грошей на суму 20,2 млн. грн. [1].

Проведений аналіз діяльності українського ринку краудфандингу дає змогу виокремити такі характерні його властивості:

- переважно фінансуються проекти у сфері культури, охорони здоров'я, освіти;

- загальні об'єми коштів, котрі залучені за допомогою краудфандингових платформ в Україні, є незначними;
- підприємницькі технологічні проекти затребувані, однак не одержують необхідного рівня підтримки, тому українські технологічні стартапи як правило фінансуються на зарубіжних краудфандингових платформах;
- неефективність державного регулювання: функціонування краудфандингових платформ, розробників проектів та приватних інвесторів лишається не повністю легалізованим, позаяк відсутній спеціальний закон «Про краудфандинг»;
- брак культури колективних приватних інвестицій, що лімітує розвиток краудфандингу як масового напрямку інвестицій в цілому (недовіра серед населення до даного способу фінансування; низький рівень знань у галузі краудфандингу; нестача підприємницьких ініціатив, пов'язаних із відсутністю потрібних знань про реалізацію інвестиційної діяльності на базі інтернет платформ).
- нерозвиненість краудфандингової інфраструктури.

Таким чином, наведені вище властивості краудфандингу в Україні у зіставленні зі світовою практикою пояснюються незадовільним рівнем його розвитку, більш низьким рівнем конкуренції серед його видів, що у свою чергу заважає формуванню цифрової економіки у державі та активізації структурного оновлення економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Велика Ідея : сайт громадською організацією «Гараж Генг». URL: <https://biggggidea.com> (дата звернення: 10.12.2019).
2. Петрушенко Ю. М., Дудкін О. В. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014, №1. С. 172–182.
3. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : розпорядження КМУ від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (дата звернення: 10.12.2019).
4. Рудых Е. С. Цифровая экономика: тенденции 2017. URL: <https://docplayer.ru/59803095-Cifrovaya-ekonomika-tendencii-2017-rudyh-ekaterina-sergeevna.html/> (дата звернення: 10.12.2019).
5. Тульчинська С. О., Солосіч О. С., Голуб М. О. Особливості краудфандинг як різновиду інвестування. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2017, №19. С. 132 – 140.
6. Тягунова З. О., Бондаренко В. М. Краудфандинг: світовий досвід та практика. *Інноваційна економіка*. 2015, № 3 (58). С. 25–32.

Науковий керівник: Колосок С. І., к.е.н.
Сумський Державний університет

Матеріали надійшли 18 грудня 2019 р.