

## FINANȚAREA PRIN CROWDFUNDING A ACTIVITĂȚII INOVAȚIONALE: EXPERIENȚA MONDIALĂ

*Dr., conf. univ., Svetlana STRATAN*

*Academia de Studii Economice a Moldovei,  
str. Mitropolit G. Bănulescu-Bodoni 61, Republica Moldova, Chișinău,  
Tel.: +373 22 22 41 28; web site: [www.ase.md](http://www.ase.md)*

### **Abstract**

*Crowdfunding has become an increasingly significant alternative form of financing and plays a key role in driving business innovation. The aim of this paper is to describe how crowdfunding works and to emphasize its importance for the small business. The author analyzes the characteristics of existing business models of crowdfunding and presents the benefits and disadvantages of this new internet-based method to raise capital. This paper highlights the market size of the crowdfunding and the recent trends in its development across the world. In addition were investigated the current situation and particularities of crowdfunding in the Republic of Moldova. This article leads to the conclusion that well-organized process of crowdfunding can successfully finance start-ups and increase investment opportunities, especially for small and medium enterprises*

**Key words:** *crowdfunding, innovation, startup, alternative financing, crowdlending, crowdinvesting*

**JEL CLASSIFICATION:** F36, G19, 016

Actualmente, problema dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii constituie una dintre direcțiile prioritare de creștere a economiei moderne de piață. Tendințele mondiale demonstrează în mod clar importanța crescândă a micului business în domeniul inovației. Astfel, eficiența costurilor pentru cercetare și dezvoltare în firmele inovatoare mici din Statele Unite ale Americii este de 4 ori mai mare decât în marile corporații. În plus, într-o afacere inovațională mică se creează inovații per angajat de 2,5 ori mai mult și care se implementează cu un an mai rapid decât într-o afacere mare [17].

Circa 10 – 20% din toate elaborările noi revin cotei de subiecții din micul business. De exemplu, din totalul costurilor de cercetare și dezvoltare, ponderea celor aferente firmelor mici în Irlanda este de 48,6%, Grecia – 29,4%, Suedia, Canada, Coreea de Sud și Taiwan – 27%, Noua Zeelandă – 21,3%, SUA – 19%, Germania – 16%, Danemarca – 10,2% [11].

În fiecare an la nivel mondial se înființează 100 de milioane de startup-uri noi, dintre care 1,35 milioane – în domeniul înaltelor tehnologii [15]. Dar realitatea este că 90% din startup-urile tehnologice eșuează din diverse motive [6]. Totuși, businessul inovator într-o măsură mai mare decât alte tipuri de afaceri interferează cu riscul de implementare a inovațiilor. Din cauza riscurilor ridicate, creditele bancare și resursele guvernamentale sunt practic indisponibile acelor companii care inițiază proiecte noi și introduc produse inovaționale pe piață. Pentru astfel de întreprinderi, anume finanțarea la etapa inițială facilitează dezvoltarea proiectelor inovaționale și poate să contribuie la apariția noilor industrii competitive. Însă lipsa sprijinului financiar la această etapă împiedică dezvoltarea activității de inovare și generează rentabilitatea scăzută a cercetărilor științifice, fapt ce explică impactul economic redus al cercetării și dezvoltării.

Din aceste considerente, în țările cu economie dezvoltată, pe lângă formele tradiționale de finanțare la etapa inițială a întreprinderilor inovative, sunt utilizate instrumentele alternative. Unul dintre care este și crowdfunding-ul.

*Crowdfunding* (din engl. „crowd” – mulțime, și „funding” – finanțare) – este o metodă de finanțare bazată pe cooperarea colectivă dintre oameni care, în mod voluntar, își acumulează mijloacele bănești sau alte active, de regulă prin intermediul internetului, pentru susținerea eforturilor altor persoane sau organizații [4,p.8].

Răspândirea și utilizarea pe scară largă a internetului a contribuit la schimbarea multor aspecte din viața noastră. Conform datelor raportului anual cu privire la evoluțiile digitale și tendințele de dezvoltare a rețelelor de socializare, „Digital in 2017: Global Overview”, peste

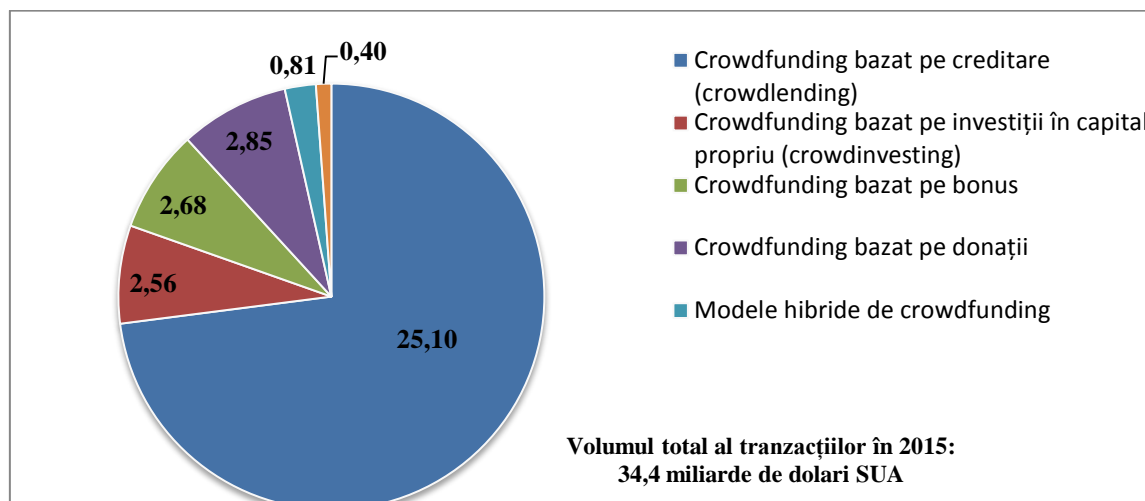
jumătate din populația lumii (3,77 miliarde de oameni) utilizează internetul, iar aproape două treimi din populația mondială posedă telefoane mobile. De asemenea, numărul utilizatorilor rețelelor de socializare constituie 2,8 miliarde la nivel global, dintre care 91% utilizează rețelele de socializare de pe dispozitivele mobile [8].

Anume datorită dezvoltării rapide a tehnologiilor informaționale și digitalizării, crowdfunding-ul devine un fenomen global și un mecanism promițător pentru atragerea resurselor necesare în scopul lansării diverselor proiecte sau implementării ideilor creative. Interacțiunea dintre investitorii online (donatori, sponsori) și beneficiarii finanțării (autorii proiectelor) are loc prin intermediul platformelor de crowdfunding, care reprezintă resurse de internet specializate pentru plasarea idelor și atragerii investițiilor. Grație crowdfunding-ului, oamenii de afaceri, proprietarii business-ului mic, startup-urile, în special cei aflați la etapa inițială de dezvoltare, au o ocazie unică de a-și prezenta proiectele direct, fără intermediari, în scopul atragerii sprijinului financiar de la utilizatorii internetului.

Diverse modele de afaceri, care sunt utilizate de către platformele de crowdfunding, pot fi grupate în următoarele categorii de bază [1,p.8]:

- **Crowdfunding bazat pe creditare** (sau *crowdlending*) – constă în finanțare sub formă de împrumut, pentru care investitorii urmează a fi remunerați cu dobândă. Acest model este similar unui simplu împrumut bancar, doar că în calitate de creditori sunt nu instituțiile financiare mari, ci sute sau chiar mii de persoane care acționează în mod independent;
- **Crowdfunding bazat pe investiții în capital propriu** (sau *crowdinvesting*) – se utilizează în special la finanțarea proiectelor comerciale. Acest model presupune recompensarea investitorilor cu acțiuni în compania finanțată de ei, dividende și dreptul de vot la adunarea generală a acționarilor. Spre deosebire de crowdlending, mărimea potențială a profitului nu este fixată, iar investitorii sunt expuși unui risc de credit mult mai ridicat;
- **Crowdfunding bazat pe bonus**. Acest model este răspândit în special în industria cinematografică, precum și în cadrul diverselor proiecte sociale. Unul din motivele participării investitorilor la acest tip de crowdfunding este interesul acestora în obținerea a careva bonus preconvenit, în calitate de remunerare pentru susținerea lor financiară. Adicional, investitorii pot fi remunerați cu diverse cadouri promoționale, au posibilitatea de a se întâlni cu autorii proiectului, de a participa la testarea primelor mostre ale produselor startup-ului, etc.;
- **Crowdfunding bazat pe donații** – reprezintă o metodă de finanțare voluntară sub formă de caritate, efectuată fără careva obligațiuni financiare ulterioare pentru beneficiar față de donator. În acest caz donatorii sunt motivați de posibilitatea implicării în dezvoltarea și implementarea unor proiecte de importanță socială, ca de exemplu, tratamentul și reabilitarea persoanelor, lichidarea consecințelor dezastrelor naturale etc.;
- **Modele hibride de crowdfunding** – combină în sine elemente din diverse tipuri de crowdfunding.

În anul 2015, după volumul tranzacțiilor din întreaga lume, modelele de crowdfunding susmenționate sunt distribuite după cum urmează în Figura 1.



**Figura 1. Clasificarea tranzacțiilor de crowdfunding după tipul de finanțare, 2015, în miliarde de dolari SUA**

*Sursa: elaborat de autor în baza datelor din Masolution Crowdfunding Industry 2015[13].*

Conform graficului de mai sus, volumul tranzacțiilor de crowdlending în 2015 a depășit cifra de 25 de miliarde de dolari SUA, iar piața crowdinvesting-ului a atins 2,56 miliarde de dolari SUA. Împreună acestora le revin peste 80% din piața totală a crowdfunding-ului. Mai mult de o jumătate din piața creditării în baza platformelor online se atribuie Statelor Unite. Una din cele mai mari platforme americane de creditare a persoanelor fizice și juridice este Lending Club. De la începutul înființării acesteia în 2006 și până în prezent, au fost colectate peste 13,4 miliarde de dolari SUA. Urmează Marea Britanie (având 22% din piață) cu platforma Zopa și China (19% din piață) cu platforma Renrendai.

Principalele avantaje ale crowdfunding-ului sunt:

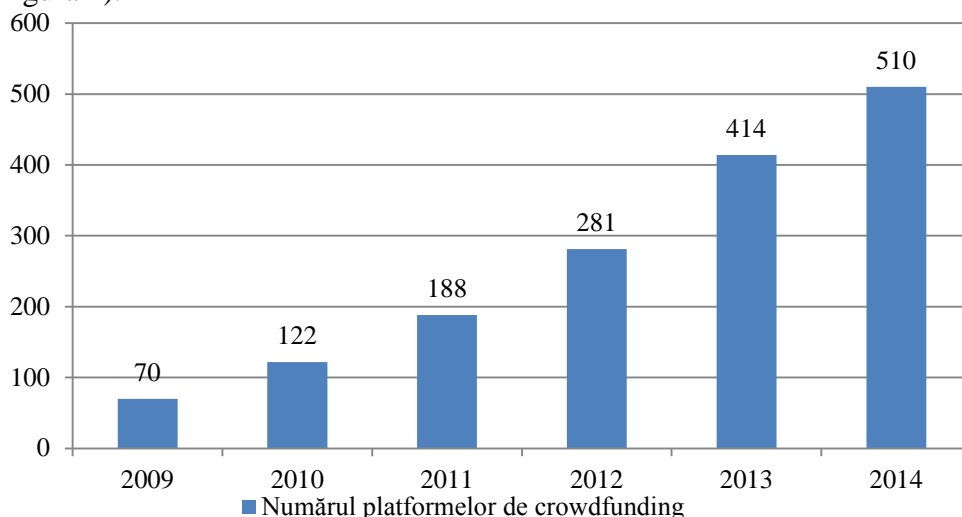
- Creșterea ofertei de capital inițial pentru startup-urile inovatoare;
- Diminuarea dependenței de sursele tradiționale de finanțare;
- Susținerea persoanelor talentate și creative;
- Procedura simplificată de atragere a finanțării în scopul susținerii startup-urilor inovatoare și ideilor de afaceri de succes;
- Acoperirea globală a publicului-țintă. Internetul elimină granițele geografice și oferă oportunitatea de finanțare a proiectelor de către investitori din întreaga lume și în orice moment al zilei;
- Posibilitatea de a observa reacția publicului la ideile inovatoare, fapt ce va minimiza riscurile probabile și va crea avantaje suplimentare în atragerea investițiilor;
- Crowdfunding-ul oferă antreprenorilor un suport de marketing, precum și crează o cerere inițială din partea potențialilor consumatori. Persoanele care investesc într-un startup sunt motivate de succesul și dezvoltarea acestuia. Astfel, prin răspândirea informației despre participarea lor în proiectul de crowdfunding, ei contribuie la promovarea gratuită și efectivă a companiei cu ajutorul internetului. Cu cât numărul contactelor ai inițiatorilor proiectului în rețelele de socializare este mai mare, cu atât probabilitatea de succes este mai înaltă;
- Posibilitatea unui feedback eficient. Rețelele de socializare oferă antreprenorilor oportunitatea de a comunica cu publicul consumator, permit obținerea în mod rapid a informațiilor despre calitatea și caracteristicile dorite ale produselor și serviciilor, atât la etapa dezvoltării acestora, cât și după dobândirea finanțării.

Toate avantajele sus-menționate disting favorabil mecanismul de crowdfunding de la instrumentele de finanțare tradiționale. Cu toate acestea, crowdfunding-ul nu este lipsit și de dezavantaje. Printre riscurile potențiale ale finanțării colective se enumeră:

- Posibilitatea existenței fraudei. Atunci când este vorba de o investiție într-un produs care nu a fost încă dezvoltat, există riscul apariției persoanelor care urmăresc îmbogățirea prin înșelăciune cu ajutorul platformelor de crowdfunding;
- Riscul de scurgere a datelor cu caracter personal;
- Lipsa de competență a utilizatorilor ce nu posedă suficiente cunoștințe profesionale în domeniul în care este dezvoltat produsul;
- Dificultăți în estimarea volumului investițiilor într-un proiect de afaceri, legate de incertitudinea cu privire la oferta din partea potențialilor investitori;
- Posibilitatea lansării publicității derutante, care-i duce în eroare pe investitori și astfel, crează impresii false despre proiect.

Totuși, în pofida deficiențelor enumerate mai sus, platformele de crowdfunding sunt create în mod activ în toată lumea. În anul 2015 la nivel global au existat aproximativ 2000 de platforme în diverse domenii. Liderul mondial al industriei crowdfunding-ului sunt Statele Unite, unde funcționează 30% din totalul platformelor specializate [14].

Piața de crowdfunding se află într-un ritm impresionant de creștere inclusiv și în Europa. De exemplu, în perioada anilor 2009 – 2014, numărul total de platforme online din Europa a crescut de peste 7 ori (Figura 2).



**Figura 2. Dinamica creșterii platformelor crowdfunding în Europa în perioada 2009 – 2014**

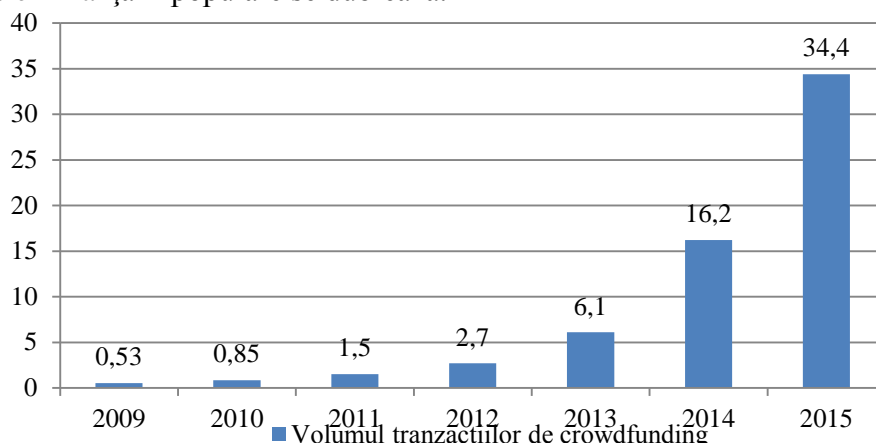
Sursa [7]

În anul 2014, din numărul total al platformelor europene de crowdfunding, cea mai mare pondere (28%) i-a revenit Marii Britanii (143 de platforme), după care urmează Franța (15%, 77 de platforme), Germania (12,8%, 65 de platforme), Olanda (11,4%, 58 de platforme) și Italia (8,2%, 42 de platforme) [2, p.5].

Printre cele mai cunoscute platforme de finanțare colectivă din lume, pot fi enumerate: Kickstarter (SUA), Indiegogo (SUA), Crowdcube (Marea Britanie), Ulule (Franța), StartNext (Germania), Seedmatch (Germania), Boomstarter (Rusia). Cea mai populară și de succes este platforma americană Kickstarter. De la lansarea ei în 2009 și până în prezent, peste 14 milioane de oameni au susținut 340 de mii de proiecte și idei, investind în ele o sumă-record de peste 3 miliarde de dolari SUA [12].

Piața mondială de crowdfunding demonstrează o creștere rapidă. Astfel, dacă în anul 2009 valoarea globală a tranzacțiilor de crowdfunding a fost de doar 530 milioane de dolari SUA, în 2015

această cifră a depășit 34,4 miliarde de dolari SUA (Figura 3). Prin care fapt, putem deduce că anual mărimea industriei finanțării populare se dublează.



**Figura 3. Dinamica creșterii pieței mondiale de crowdfunding, în miliarde de dolari SUA**

*Sursa: elaborat de autor în baza datelor din „Massolution Report” [13]*

În statele membre ale UE, în 2015, cu ajutorul platformelor de crowdfunding, a fost atrasă finanțare cu 163% mai mult decât în anul 2014 [16]. În Marea Britanie, investițiile de crowdfunding în 2015 au constituit aproximativ 2,7 miliarde de lire sterline. Pentru comparație: în 2013, această cifră a fost sub 500 de milioane de lire sterline [5].

Conform estimărilor companiei Massolution, specializată în cercetările de crowdfunding, cea mai mare creștere în ultimii ani a avut loc pe piețele asiatice. Doar în anul 2014 volumul finanțării prin intermediul crowdfunding-ului în regiune s-a majorat cu 320% și a atins valoarea de 3,4 miliarde de dolari SUA, fapt care a permis avansarea Europei la acest capitol, unde indicatorul dat a constituit 3,26 miliarde de dolari SUA [13].

Printre țările asiatice, cel mai mare succes în dezvoltarea crowdfunding-ului aparține Chinei. Având în vedere evoluția tehnologică a țării, efectul căreia este amplificat de apariția în continuu a startup-urilor, metodele de crowdfunding au obținut o valoare specială pentru business-ul din China. Doar în decursul a 5 ani (din 2011 până în 2016) acolo au fost create 332 de diverse platforme de crowdfunding, ceea ce indică o creștere rapidă a popularității acestei metode de finanțare [3]. Potrivit datelor prezentate în sondajul Băncii Mondiale, până în 2025, volumul proiectelor de crowdfunding ale Chinei poate ajunge la 46 – 50 miliarde de dolari SUA, sau aproximativ jumătate din volumul prognozat a industriei la nivel global.

Dezvoltarea rapidă a crowdfunding-ului în multe țări se datorează sprijinului și atenției sporite din partea guvernelor acestora. În prezent crowdfunding-ul este recunoscut ca o formă legală de relații comerciale în cel puțin douăzeci de țări avansate. Este de remarcat faptul, că în Occident se dezvoltă și legislația care permite antreprenorilor să colecteze mijloace bănești pe scară largă de sine-stătător. Cea mai progresivă legislație de crowdfunding este considerată legea americană Jobs Act (Jumpstart Our Business Startups Act), care conține principalele prevederi pentru crowdinvesting și permite atragerea online a până la 1 milion de dolari SUA, printr-un număr maxim de 2000 de investitori, inclusiv neacreditați. Pentru comparație, anterior acest lucru putea fi făcut doar de către investitorii acreditați – cei cu venit anual de peste 200 mii de dolari SUA în ultimii doi ani și cu o avere ce depășește 1 milion de dolari SUA [9].

În Franța, cadrul normativ, care reglementează procedura de crowdfunding, stabilește mărimea maximă a finanțării-un milion de euro[10]. În Marea Britanie, Germania și Italia au fost elaborate actele normative corespunzătoare pentru a asigura siguranța financiară a investitorilor și a facilita funcționarea platformelor de crowdfunding[16]. O astfel de legislație va permite o utilizare mai eficientă a avantajelor crowdfunding-ului și dezvoltarea potențialului acestuia.

Vorbind despre situația Republicii Moldova la acest capitol, este de menționat că, din păcate, piața autohtonă de crowdfunding practic nu este dezvoltată. La sfârșitul anului 2015, a fost

lansată prima platformă online, Guvern24, care permite tuturor investirea, sprijinirea și efectuarea donațiilor pentru diverse tipuri de activități sociale și afaceri locale. Analizând proiectele finanțate cu succes de pe această platformă, putem remarca orientarea socială și creativă a majorității acestora. Așadar, în prezent, pe site-ul Guvern24 sunt prezentate circa 300 de proiecte, dintre care 126 cu scop de caritate, 47 legate de reparații și construcții, 32 în domeniul medicinei și doar 4 în sectorul științei și tehnologiei.

Printre principalele cauze care împiedică dezvoltarea crowdfunding-ului în Republica Moldova, sunt lipsa resurselor financiare disponibile din partea populației, precum și necunoașterea despre posibilitățile unui astfel de mecanism de finanțare. Totodată, inexistența unui cadru complex de acte normative și legislative, care reglementează activitățile de crowdfunding, nu permite implementarea pe scară largă în țara noastră a acestui instrument de finanțare.

Reeșind din cele expuse, putem constata că factorii care pot contribui la dezvoltarea crowdfunding-ului în Republica Moldova sunt:

- promovarea crowdfunding-ului printre populația autohtonă. Cu ajutorul mass-mediei este necesar să fie explicate avantajele acestui fenomen, precum și beneficiile acestuia în contextul dezvoltării economiei țării;
- instruirea în acest domeniu;
- lansarea programului de stat în scopul sprijinului informațional al crowdfunding-ului;
- dezvoltarea cadrului legislativ și normativ, care va reglementa drepturile și obligațiile participanților pieței crowdfunding-ului, prin aplicarea experienței altor state.

Așadar, crowdfunding-ul reprezintă o metodă alternativă unică de atragere a mijloacelor bănești pentru finanțarea diverselor idei și proiecte de afaceri. Experiența internațională demonstrează perspectivele de a profita de acest potențial enorm pentru efectuarea investițiilor în activitatea inovațională a startup-urilor.

## BIBLIOGRAFIE

1. European Commission. Crowdfunding in the EU capital markets union. Brussels. 2016, 51p.
2. European Parliament. Crowdfunding in Europe. Introduction and state of play. Briefing/ January 2017/ Disponibil: [http://www.europarl.europa.eu/.../EPRS\\_BRI\(2017\)595882\\_EN](http://www.europarl.europa.eu/.../EPRS_BRI(2017)595882_EN)
3. China Internet Crowdfunding and Wealth Management Industry Report, 2016. Disponibil: <https://www.reportbuyer.com/product/3226800/china-internet-crowdfunding-and-wealth-management-industry-report-2016.html>
4. Crowdfunding's Potential For The Developing World. The World Bank. Ed InfoDev, 2016. 102p.
5. Шеркова Т. Британский регулятор взялся за краудфандинг. Disponibil: <http://ru.forexmagnates.com/britanskiy-regulyator-vzyalsya-za-kraudfanding/>
6. Clark T. Why do so many startups fail? Disponibil: <https://www.weforum.org/agenda/2015/05/why-do-so-many-startups-fail/>
7. Crowdfunding: Mapping EU markets and events study European Union, 2015, 21p, ISBN: 978-92-79-46660-1
8. Digital in 2017: Global Overview Disponibil: <http://wearescial.com/blog/2017/01/digital-in-2017-global-overview>
9. How the JOBS Act opens deal flow for non-accredited investors. Disponibil: <https://aaplonline.com/how-the-jobs-act-opens-deal-flow-for-non-accredited-investors>
10. France crowdfunding: update on the legal framework. Disponibil: <https://www.solarplaza.com/channels/finance/11437/legal-framework-crowdfunding-france/>
11. Innovation indicator. Disponibil: [http://www.innovationsindikator.de/fileadmin/2015/PDF/Innovationsindikator\\_2015\\_Web\\_en.pdf](http://www.innovationsindikator.de/fileadmin/2015/PDF/Innovationsindikator_2015_Web_en.pdf)
12. Kickstarter. Disponibil: <https://www.kickstarter.com/about>
13. Massolution Crowdfunding Industry 2015 Report. Disponibil: [http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&product\\_id=54](http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&product_id=54)
14. Scott-Brig Angela. What will happen to Crowdfunding Industry in the Future? Disponibil: <http://www.techbullion.com/will-happen-crowdfunding-industry-future/>
15. Мировая статистика стартапов - инфографика InnMind. Disponibil: <https://spark.ru/startup/innmind/blog/16727/mirovaya-statistika-startapov-infografika-innmind>
16. Обзор регулирования финансовых рынков No 1, 2016. Disponibil: [https://www.cbr.ru/StaticHtml/File/11111/review\\_280716.pdf](https://www.cbr.ru/StaticHtml/File/11111/review_280716.pdf)
17. Счастливая Н.В., 2009. Малый инновационный бизнес в экономике высокоразвитых стран. ВЕСТНИК ОГУ, N2, 2009. Disponibil: [http://vestnik.osu.ru/2009\\_2/8.pdf](http://vestnik.osu.ru/2009_2/8.pdf)